Cum să-ți stăpânești viața!

Don Failla, autorul cărții ***"BAZELE MLM - cum se construiește o structură Multi-Level Marketing plină de succes"***, lansează o nouă provocare distribuitorilor MLM: ***"Prezentarea de 45 secunde care îți va schimba viața"*** - un instrument de lucru original, util și performant!



Don și **Nancy Failla**, o istorie de succes în MLM, se bucură de un stil de viață pe care majoritatea oamenilor doar o visează. Din **1968** ei ajută oamenii să-și construiască propria lor afacere condusă de acasă.
Don a scris o serie de cărți, vândute în peste 4 milioane de exemplare și traduse în 25 limbi, a produs numeroase casete audio și a condus seminarii pe tot globul, arătând oamenilor cum să fie stăpâni pe propria lor viață. **Nancy**, fondatoarea ***International Association of Lifestyle Trainers***, a publicat cărțile: ***"O cale mai bună pentru o viață mai frumoasă"*** și ***"Cum să fii o femeie întreprinzătoare de succes"***.

Don și **Nancy Failla** au fost invitați între 2004 și 2007 la seminariile MLM organizate de RODSA și MLM International în România.

CE AȘTEAPTĂ UN SALARIAT DE LA VIAȚĂ?
O altă zi în care să fie trezit dimineața de alarma ceasului?
O altă zi de îngrijit copiii acasă?
O altă zi de mers la serviciu și de muncit pentru altcineva?
O altă zi fără familie și un alt an fără concediu?
O altă noapte albă cu frica de un viitor nesigur?

CE POATE SĂ FACĂ UN LIDER MLM?
Să se trezească dimineața cu o altă perspectivă asupra vieții!
Să fie prezent la educația copiilor săi!
Să lucreze numai pentru el însuși!
Să aibă timp pentru familie, timp și bani pentru concedii!
Să-și facă planuri reale pentru un viitor sigur!

Editura Digital Data Cluj
str. Ady Endre nr. 29
400064 Cluj-Napoca
Tel/fax: 0264-442124
cluj@digitaldata.ro
www.digitaldata.ro





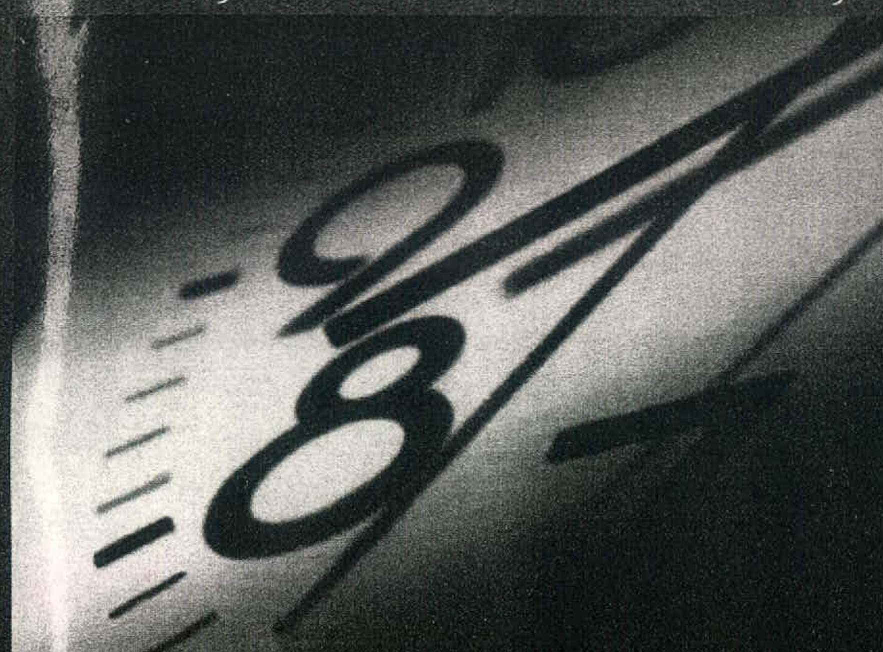
www.mlm.ro

ISBN 973-8201-14-4
9 789738 201149

Don Failla

Prezentarea de 45 secunde

care îți va schimba viața





Editura Digital Data Cluj

Dedicație

Această carte este dedicată sistemelor de întreprinzători independenți a căror oportunități sunt la îndemâna tuturor și fără de care MLM nu ar putea exista.

Don Failla

PREZENTAREA DE 45 SECUNDE

CARE ÎȚI VA SCHIMBA VIAȚA

O nouă adaptare a materialului prezentat de

DON FAILLA

în seminariile sale

"10 NAPKIN PRESENTATIONS"



Editura Digital Data Cluj

Copyright © 1984, 2003 by Don Failla
Published by Sound Concepts, Inc.
15 East 400 South
Oren, UT 84058

Copyright © 2003 by Dan Marius Dumitraş for romanian version
by arrangement with Don Failla
"Toate drepturile sunt rezervate pentru ediţia în limba română. Nici o parte a acestei cărţi nu poate fi reprodusă în nici o formă şi prin nici un mijloc fără aprobarea prealabilă a editorului."

Traducerea: ***Dan Marius Dumitraş***
Desenele şi coperta după materialul original



ISBN 973-8201-14-4

Editura Digital Data Cluj
str. Ady Endre nr. 29
400064 Cluj-Napoca
tel/fax: 0264-442124
email: cluj@digitaldata
http:// www.digitaldata.ro
http:// www.mlm.ro

Consilier editorial: *dr. Daria Elena Dumitraş*

Tipărit la Digital Data SRL / Cluj-Napoca / România
- Reprint 2005, 2006, 2007

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
FAILLA, DON
Prezentarea de 45 secunde care îţi va schimba viaţa / Don Failla, Cluj-Napoca: Digital Data, 2004
124 p; 21 cm (Multi-Level Marketing)
Bibliogr.
ISBN 973-8201-14-4

339.138

DESPRE CARTE

Milioane de oameni sunt deja implicaţi în industria Network Marketing şi alte milioane se vor implica în anii ce urmează. Cel mai important lucru pentru o persoană care întâlneşte un sistem MLM este *să înţeleagă* acest tip de afacere.
Pentru aceasta poţi să-i explici timp de 4 ore despre ce este vorba într-o afacere MLM sau poţi să-i dai această carte. Dar, cel mai bine ar fi să-i faci ...

PREZENTAREA DE 45 SECUNDE
care îţi va schimba radical viaţa:[1]

Te-ai gândit vreodată cum ar fi să-ţi stăpâneşti propria viaţă?

Iată ce cred eu că ar însemna acest lucru:

Dacă scazi din cele 24 de ore ale unei zile timpul cât dormi, timpul cât lucrezi şi te deplasezi dintr-un loc intr-altul, precum şi timpul necesar diverselor activităţi zilnice, cea mai mare parte a oamenilor nu mai au decât 2-3 ore pe zi pentru a face ceea ce doresc.

Şi chiar dacă au la dispoziţie acest timp liber, au ei oare destui bani?

Noi am descoperit o metodă cu ajutorul căreia o persoană poate să înveţe "cum să-şi stăpânească viaţa", prin construirea unei afaceri de acasă. Am realizat un sistem pratic pentru această metodă, atât de simplu, încât fiecare poate să-l facă. Sistemul nu cere să vinzi şi, cel mai important, nu îţi ia mult timp să-l aplici în realitate.

Dacă te interesează sistemul, contactează persoana care ţi-a dat această carte.

[1] *Textul reprodus este un model exersat cu succes de Don & Nancy Failla*

DESPRE AUTOR

Don Failla şi-a început cariera în MLM / Network Marketing în anul 1967. Construindu-şi propria afacere, el a acordat o atenţie sporită activităţilor care funcţionează cu succes în acest domeniu şi a dezvoltat un sistem eficace pentru construirea unei structuri mari. Pornind de la prezentările sale originale, *"10 Napkin Presentations"* şi beneficiind de sprijinul soţiei sale Nancy, Don a iniţiat un model simplu şi profitabil de instruire, reflectat în mai multe cărţi publicate în milioane de exemplare şi traduse în zeci de limbi pe tot globul. Prima sa carte, ***„Bazele MLM – Cum se construieşte o structură Multi-Level Marketing plină de succes"*** a fost publicată în 4 milioane de exemplare şi tradusă în 23 de limbi. Lecţiile din ***„Bazele MLM"*** sunt cuprinse şi în cartea ***"Prezentarea de 45 secunde"***.

Cu ajutorul sistemului lor simplu de instruire, perfecţionat sub denumirea de ***"Prezentarea de 45 secunde"***, au construit în ultimii 6 ani, pornind de la 4 membri, o structură care acum numără peste 107.000 membri şi creşte mereu cu o rată de 3.500 noi membri în fiecare lună.

Astăzi, Don şi Nancy călătoresc în lumea largă, în calitate de instructori MLM internaţionali, învăţând oamenii cum să folosească sistemul inventat de ei. După succesul obţinut prin compania lor de pionierat, **MLM International, Inc.**, trecând într-o nouă etapă de dezvoltare a afacerilor de marketing în reţea, au fondat **International Lifestyle Trainers Association**, cu adresa pe Internet la

www.mygatewaypage.com/trainer.

Don & Nancy Failla locuiesc în California, au doi băieţi - Doug şi Greg – şi trei nepoţi – Christian, Jessica şi Joshua.

Această carte este dovada viabilităţii sistemului lor de instruire, care a fost prezentat şi în România, personal de către **Don & Nancy Failla**, cu ocazia vizitelor în România, din 2004, 2005 şi 2007, în Cluj, Bucureşti, Iaşi, Timişoara şi Braşov, la invitaţia RODSA - Asociaţia de Vânzări Directe din România. Detalii în www.mlm.ro !

CUPRINS

DESPRE CARTE **5**
DESPRE AUTOR **6**
PREFAŢĂ **9**
CAPITOLUL I **11**
INTRODUCERE ÎN MLM 11
CAPITOLUL II **21**
PREZENTAREA SINTETICĂ #1 21
DOI ORI DOI FAC PATRU 21
CAPITOLUL III **27**
PREZENTAREA SINTETICĂ #2 27
SINDROMUL EŞECULUI VÂNZĂTORULUI 27
CAPITOLUL IV **34**
PREZENTAREA SINTETICĂ #3 34
PATRU LUCRURI CARE TREBUIE FĂCUTE 34
CAPITOLUL V **42**
PREZENTAREA SINTETICĂ #4 42
SAPĂ ADÂNC PÂNĂ LA STÂNCĂ 42
CAPITOLUL VI **47**
PREZENTAREA SINTETICĂ #5 47
VAPOARE PE MARE 47
CAPITOLUL VII **54**
PREZENTAREA SINTETICĂ #6 54
INVITAREA CELEI DE-A TREIA PERSOANE 54
CAPITOLUL VIII **59**
PREZENTAREA SINTETICĂ #7 59
CUM ÎŢI FOLOSEŞTI TIMPUL 59
CAPITOLUL IX **61**
PREZENTAREA SINTETICĂ #8 61
ENTUZIASMUL ESTE MOLIPSITOR 61
CAPITOLUL X **65**
PREZENTAREA SINTETICĂ #9 65
MOTIVAŢIE ŞI ATITUDINE 65

CAPITOLUL XI 74
PREZENTAREA SINTETICĂ #10 74
PENTAGONUL CREŞTERII 74
CAPITOLUL XII 78
REÎNTOARCEREA LA ŞCOALĂ 78
CAPITOLUL XIII 86
SĂ FACEM NIŞTE CALCULE EDIFICATOARE 86
CAPITOLUL XIV 91
SESIUNI DE INSTRUIRE ŞI PREZENTĂRI DE OPORTUNITATE ALE AFACERII 91
CAPITOLUL XV 98
ÎNTREBĂRI CONCLUDENTE ŞI TRATAREA OBIECŢIILOR 98
CAPITOLUL XVI 112
DE CE TREBUIE SĂ FIE 90% DIN POPULAŢIE IMPLICATĂ ÎN NETWORK MARKETING 112
ANEXA 1 116
CUM NE ASIGURĂM PENSIA 116
ANEXA 2 118
INSTRUMENTE DE LUCRU ÎN MLM 118
ANEXA 3 122
STARTUL ÎN MLM ... ŞI ÎN LIFESTYLE 122
SEMINAR MLM CU DON & NANCY FAILLA 124
BIBLIOGRAFIE MLM 132
CĂRŢI PUBLICATE LA EDITURA DIGITAL DATA CLUJ 134

PREFAŢĂ

Tot ceea ce trebuie să ştii pentru a porni la construirea unei organizaţii mari în Network Marketing este **"Prezentarea de 45 secunde"**. De fapt, dacă cineva nu poate învăţa această prezentare, atunci o poate citi unui prieten sau o poate scrie pe o coală de hârtie (ori un cartonaş de 7 x 15 cm) pe care să i-o dea prietenului să o citească singur.

În afara acestei prezentări, nu trebuie să mai ştii nimic. Din moment ce ai realizat şi ai înţeles acest lucru, îţi poţi prezenta afacerea oricui, pentru că absolut oricine poate să-şi construiască o afacere dacă vrea. Aici este cheia problemei: oamenii trebuie să aibă dorinţa de a face ceva. Fără dorinţă, nu poţi avea nimic.

Secretul sistemului pe care îl prezentăm aici nu constă în a vorbi. "Vorba lungă" este cel mai mare duşman al tău. Cu cât vorbeşti mai mult unui prospectant, cu atât se gândeşte că el n-ar putea să facă la fel. Cu cât lungeşti prezentarea, cu atât se gândeşte că el nu are timp pentru aşa ceva. Nu uita că timpul este scuza numărul unu a oamenilor ca să nu pornească o afacere.

După ce prietenul tău ascultă sau citeşte prezentarea ta timp de 45 de secunde, s-ar putea să-ţi pună o întrebare. Indiferent care ar fi această întrebare, dacă îi răspunzi, îl pierzi. El va avea alte cinci întrebări de pus, fără să-ţi dai seama. Vei oscila de la o întrebare la alta, fără nici un rezultat! Trebuie pur şi simplu să-i spui că, dacă are întrebări, sistemul îi va răspunde la toate, la momentul potrivit. Oferă-i cartea aceasta şi spune-i să citească primele 4 prezentări sintetice (**"10 Napkin Presentations"**) şi pe urmă să revină. Nu spune niciodată unui prospectant să citească toată cartea! O va pune într-un raft şi o va citi cândva. Spune-i să citească doar primele 4 prezentări din carte. El le va citi imediat (cel puţin din curiozitate) şi probabil va fi unul din

cei peste 90% dintre prospectanți care vor citi cartea până la capăt în aceeași zi.

După citirea cărții, prospectantul va înțelege sistemul Network Marketing. Acest lucru este important deoarece motivul numărul unu pentru care oamenii nu fac o afacere MLM este pentru că ei nu o înțeleg. Din moment ce au citit cartea, vor înțelege ce înseamnă Network Marketing și vor fi pregătiți pentru a le prezenta vehiculul, compania, produsele și planul de marketing.

După cum am spus la început, pentru a porni afacerea nu trebuie să știi nimic mai mult decât prezentarea de 45 secunde. Deci, ce trebuie să faci concret?

În primul rând, ar trebui să știi cum să folosești instrumentele afacerii sau cel puțin partenerii tăi ar trebui să știe. Instrumentele afacerii sunt broșurile, cărțile, casetele audio-video și prospectele companiei. Dintre parteneri, cel mai important este sponsorul tău, persoana care te-a introdus în afacere și care te ajută să lucrezi cu prospectanții tăi.

Să spunem că, ai contactat deja primul prospectant. I-ai făcut prezentarea de 45 secunde și el a citit cartea. Acum, e bine să-ți inviți prospectantul să ia prânzul sau cina cu tine. Spune-i că l-ai invitat și pe sponsorul tău, care știe să explice mai bine afacerea (în folosul tău, bineînțeles). Întrebare de baraj: Cine plătește consumația sponsorului? Desigur, tu o plătești, pentru că el lucrează pentru tine. Dar, de câte ori plătești consumația sponsorului tău până când poți explica singur afacerea?

La unul din seminariile noastre din Germania, un bărbat ne-a mărturisit următoarele: "Pe lângă faptul că nu trebuie să cunoști totul pentru a porni afacerea, mai ai și avantajul de a lua masa pe gratis în fiecare zi, când lucrezi pentru linia ta descendentă".

Poftă bună și ai grijă cum îți dezvolți afacerea!

Don Failla

Don Failla

CAPITOLUL I

INTRODUCERE ÎN MLM

MULTI LEVEL MARKETING este una dintre cele mai rapide, dar în același timp și prost înțelese, metode de mișcare a produselor utilizate în zilele noastre.

Cu toate că mulți oameni au denumit-o "valul anilor '80 și '90", crede-mă va fi mai mult decât atât. La sfârșitul anilor 2010, datorită companiilor de tip Multi-Level Marketing anual se vor mișca produse și servicii reprezentând mai mult de 200 MILIARDE DE DOLARI. Secolul 21 ne va aduce cu siguranță surprize și mai mari în acest domeniu!

Scopul acestei cărți este de a te informa, cititorule, două lucruri esențiale, cu ajutorul unor ilustrații și a unor exemple:

- CE ESTE Multi-Level Marketing și
- CE NU ESTE Multi-Level Marketing.

Deasemenea, îți voi arăta cum să explici efectiv, repet - EFECTIV, celor interesați de această oportunitate, ce înseamnă Multi-Level Marketing.

Această carte ar trebui tratată ca un MANUAL DE INSTRUIRE. Intenția mea este să fie folosită ca un instrument didactic, pentru a te ajuta să-ți instruiești oamenii din structura sau rețeaua pe care o construiești. Îți recomand, cu toată responsabilitatea, să o incluzi în setul de inițiere în propriul program de afaceri.

Incepând cu 1973, mi-am dezvoltat prezentările la seminarii pornind de la ideea că ele trebuie să fie simple, ușor de înțeles și reproductibile. Le-am denumit "Napkin Presentation"[2], pentru că

[2] *prezentări pe un șervețel*

cel mai simplu mod de a explica unei persoane o afacere este de a o invita la o cafea într-un restaurant şi de a-i desena pe un şerveţel câteva schiţe ajutătoare. Cartea de faţă se bazează pe aceste prezentări, denumite şi *prezentări sintetice*, perfecţionate de-a lungul multor ani de activitate în Multi-Level Marketing. Personal, am fost implicat în industria de vânzări directe, respectiv în sistemele MLM, începând cu anul 1969.

Nucleul acestei cărţi va conţine dezvoltarea celor 10 prezentări menţionate (capitolele II - XI).

Înainte de a intra în detaliile celor 10 prezentări sintetice ("10 Napkin Presentation"), permite-mi să răspund la cea mai frecventă întrebare, probabil cea mai importantă dintre toate:

"CE ESTE MLM?"

Această întrebare apare deseori ca urmare a faptului că noi avem o siglă (vezi ilustraţia de pe coperta finală), pe care o purtăm la întâlnirile noastre şi în care se observă trei litere: "MLM". Acestea provin de la iniţialele denumirii în limba engleză a sistemului Multi-Level Marketing. Vom folosi pe parcursul cărţii şi prescurtarea "MLM" pentru a nu îngreuna textul şi semnificaţia lui.

Şi acum să începem explicaţiile:

Marketing înseamnă, pur şi simplu, să transferi un produs sau un serviciu de la producător sau furnizor la consumator.

Multi-Level se referă la sistemul de recompensare a persoanelor care determină mişcarea produsului sau a serviciului, deci de acordare a unor comisioane pentru munca efectuată.

Multi înseamnă mai mult decât unul. **Level** [3] se referă la ceea ce s-ar putea numi "generaţie" într-o structură de operatori. S-ar mai traduce ca, "Marketing pe mai multe generaţii / nivele".

[3] *n.red., "nivel" - în limba engleză*

Vom rămâne alături de denumirea consacrată, Multi-Level, din moment ce este cea mai răspândită.

De fapt, este atât de "cunoscută", încât foarte multe piramide ilegale şi scheme parazite de distribuţie, cum sunt scrisorile în lanţ, încearcă să pară programe Multi-Level. Aceasta creează un stigmat, care deşi nejustificat, determină multe companii noi MLM să utilizeze alte denumiri pentru activitatea lor de marketing.

Unele din acestea sunt variante de genul:

- "Uni-Level Marketing" (Marketing pe un nivel),
- "Network Marketing" (Marketing în reţea) sau
- "Co-op Mass Marketing" (Marketing prin cooperare).

În realitate există doar trei metode de bază utilizate în marketing pentru mişcarea produselor de la producător la consumator *(ridică 3 degete, atunci când demonstrezi acest punct de vedere în faţa unui auditoriu)*:

VÂNZAREA CU AMĂNUNTUL - Sunt convins că toată lumea este familiarizată cu acest termen. Băcănia, farmacia, magazinele universale, sunt câteva exemple de locuri în care un client poate cumpăra un produs de la un vânzător sau de pe raft.

VÂNZĂRILE DIRECTE - Acestea includ asigurările, enciclopediile, vasele speciale de gătit, etc. oferite de un agent de vânzări la domiciliu sau de un comis voiajor. În America sunt foarte cunoscute firmele: Fuller Brush (ustensile pentru bucătărie) sau Avon Lady (cosmetice) sau Tupperware Parties (organizări de petreceri).

MULTI - LEVEL MARKETING - Reprezintă tematica acestei cărţi. Nu trebuie confundată cu nici una din celelalte două de mai sus, în mod special cu "vânzările directe", care este mai cunoscută.

Al patrulea tip *(ridică încă un deget)*, uneori adăugat la cele trei de mai sus, este COMANDA PRIN POŞTĂ, denumit şi "Cartea prin poştă". În general este inclusă în categoria vânzărilor directe, cu toate că se poate organiza şi prin Multi-Level Marketing.

Al cincilea tip, pe care deja l-am menţionat, deseori confundat cu MLM, este SISTEMUL PIRAMIDAL DE VÂNZĂRI[4]. Adevărul este că piramidele sunt ILEGALE. Una dintre cele mai importante raţiuni pentru care sunt ilegale este tocmai *lipsa transferului unui produs* sau *lipsa unui serviciu* promis. Dacă un produs nu se mişcă, cum se poate oare folosi termenul de "marketing" sau "Multi-Level Marketing"! Desigur, Multi-Level ar putea fi, dar MARKETING NICIODATĂ !!!

Majoritatea obiecţiilor pe care le au oamenii în legătură cu intrarea lor în Multi-Level Marketing se datorează faptului că nu realizează deosebirile dintre MLM şi metodele de marketing prin vânzare directă. Această confuzie este explicabilă deoarece cele mai renumite companii MLM aparţin Asociaţiei de Vânzări Directe.[5]

Ai fost probabil influenţat să le tratezi ca pe nişte programe de vânzări directe, "din uşă-n uşă", datorită faptului că prima dată când ai întâlnit aşa ceva, a fost când a bătut la uşa ta un agent de vânzări care dorea să-ţi vândă nişte produse.

Există câteva trăsături care diferenţiază MLM de firmele care vând cu amănuntul sau care practică vânzarea directă. Una dintre cele mai semnificative este aceea că, *în MLM îţi conduci o afacere personală, cu ajutorul muncii partenerilor tăi*. În vânzarea directă afacerea se desfăşoară NUMAI cu ajutorul muncii tale, fără să beneficiezi de sprijinul unor parteneri de afaceri.

---

[4] *De exemplu "Caritas" în România. Vezi detalii în www.rodsa.ro*

[5] *În România există RODSA - Asociaţia de Vânzări Directe din România, care cuprinde companii MLM şi companii care fac numai vânzare directă*

Când îţi conduci propria afacere, în special printr-o activitate la domiciliu, poţi beneficia de anumite REDUCERI DE IMPOZITE. Nu voi intra în explicarea AVANTAJELOR financiare legate DE IMPOZITE, deoarece detaliile se pot obţine de la serviciul financiar local.

Fiind într-o afacere personală, poţi cumpăra en-gros produsele de la firma pe care o reprezinţi, la preţ cu ridicata. Aceasta înseamnă că poţi (sau ar trebui) să foloseşti aceste lucruri pentru consumul propriu. Majoritatea oamenilor se implică în afacere la început tocmai din acest motiv (ca să cumpere en-gros), mulţi dintre ei devenind apoi clienţi serioşi.

Din moment ce cumperi produsele EN-GROS, poţi să le REVINZI dacă doreşti, ca să obţii un PROFIT. Dar, cel mai neînţeles aspect din MLM este faptul că, TREBUIE să revinzi ca să ai SUCCES. Bineînţeles că se pot spune o mulţime de lucruri despre vânzarea cu amănuntul, lucru care nu poate fi neglijat. Unele programe de marketing impun o cotă de vânzare cu amănuntul, în scopul calificării pentru o anumită bonificaţie. Poţi revinde dacă doreşti, sau dacă trebuie conform propriului program de marketing, dar succesul financiar real îl reprezintă *numai construirea unei structuri de distribuitori independenţi.*

➡ UN LUCRU IMPORTANT: Lasă vânzările să curgă, ca rezultat natural al construirii unei structuri. Cei care încearcă să-şi construiască structura prin intermediul vânzărilor eşuează în MLM. Dacă vei citi cele 10 prezentări care urmează, vei descoperi multe referiri la acest concept.

Cuvântul "VÂNZARE" declanşează gânduri negre în mintea a 95% dintre oameni. În MLM nu trebuie să vinzi în sensul tradiţional al cuvântului. Totuşi, PRODUSELE TREBUIE SĂ SE MIŞTE, altfel nimeni, absolut nimeni, nu va fi plătit. Eu am definit **vânzarea** astfel:

"O ofertă adresată unor străini, cărora urmează să li se vândă ceva, ce nici nu doresc şi nici nu au nevoie"

PRODUSELE TREBUIE SĂ SE MIŞTE,

ALTFEL NIMENI NU VA FI PLĂTIT!

Un alt nume pentru MLM este **Network Marketing** (marketing în reţea). Când îţi construieşti o structură, îţi construieşti de fapt o reţea prin care se distribuie produsele. Vânzarea cu amănuntul este fundaţia afacerii în Network Marketing. A vinde în MLM sau Network Marketing înseamnă de fapt de A ÎMPĂRŢI produsele cu prietenii, vecinii şi rudele tale. Distribuitorii MLM nu trebuie să se adreseze niciodată unor străini.

Ca să-ţi construieşti o AFACERE PROFITABILĂ şi PLINĂ DE SUCCES, ai nevoie de o BALANŢĂ. Pe de o parte trebuie să sponsorizezi şi să instruieşti oamenii în MLM, iar pe de altă parte îţi formezi o clientelă de bază, prin revânzarea produselor la prieteni, vecini şi rude.

Nu încerca să vinzi singur la toată lumea prin programul tău. Aminteşte-ţi că principiul de bază în Network Marketing sau MLM este construirea unei structuri, în care o mulţime de distribuitori revând câte puţin. Aceasta este o metodă cu mult mai bună decât încercarea de a face totul de unul singur.

Un alt avantaj al sistemului MLM este faptul că nu trebuie investite sume mari de bani pentru reclamă. ***Reclama este făcută în mod exclusiv de la om la om, prin "reclamă verbală".*** Din acest motiv producătorii pot investi mai mulţi bani în dezvoltarea produsului. Ca rezultat, ei au de obicei produse de o calitate superioară celor existente în magazine. În consecinţă, poţi ÎMPĂRŢI cu un prieten bucuria de a avea un produs de o calitate superioară celui pe care îl foloseşte. În realitate, înlocuieşti un produs vechi, folosit de prietenul tău, cu unul nou, pe care l-ai descoperit a fi cu mult mai bun, din experienţă proprie.

După cum vezi, nu trebuie să suni din uşă în uşă, apelând zilnic la persoane străine. Toate programele MLM pe care le cunosc, te învaţă pur şi simplu că trebuie să ÎMPARŢI calitatea produselor sau serviciilor cu prietenii şi cunoştinţele tale. De fapt, aceasta este toată activitatea de vânzare pe care o faci. (Noi preferăm să o numim "împărţire", deoarece despre asta este vorba!)

Un alt lucru care diferenţiază MLM de vânzările directe este SPONSORIZAREA altor distribuitori. În vânzările directe şi chiar în unele companii MLM se mai numeşte RECRUTARE. Totuşi, sponsorizarea şi recrutarea sunt în definitiv două noţiuni diferite. SPONSORIZEZI pe cineva, atunci când ÎL ÎNVEŢI să facă ceea ce faci tu, adică să-şi construiască o AFACERE PROPRIE.

Să scoatem în evidenţă următorul fapt real: există o mare diferenţă între **a sponsoriza** pe cineva într-o structură MLM şi între **a recruta** pe cineva ca să semneze cererea de aderare la o structură MLM. Când SPONSORIZEZI pe cineva, faci un LEGĂMÂNT cu persoana respectivă. Când nu doreşti să faci acest legământ, atunci îi faci un deserviciu acceptând doar să semneze.

Din acest punct de vedere, tot ceea ce este necesar este DORINŢA de a-i ajuta pe alţii să-şi construiască o afacere proprie. Această carte va fi un instrument nepreţuit în a-ţi arăta CE şi CUM trebuie făcut în această direcţie.

RESPONSABILITATEA sponsorului este de a învăţa oamenii cum să comande produsele, cum să ţină evidenţa lor şi a clienţilor, cum să înceapă afacerea, cum să construiască şi să instruiască structura unui distribuitor, etc. Din carte vei învăţa şi despre formarea CAPACITĂŢII de a face faţă acestei responsabilităţi.

SPONSORIZAREA este factorul principal care dezvoltă o afacere Multi-Level Marketing. Pe măsură ce îţi creşte propria

structură, te transformi într-o persoană de afaceri INDEPENDENTĂ şi PLINĂ DE SUCCES. Astfel, devii PROPRIUL tău STĂPÂN!

Un alt aspect al diferenţei dintre MLM şi vânzarea directă este LOCAŢIA AFACERII. În cadrul vânzărilor directe, lucrezi pentru o anumită firmă şi dacă decizi să părăseşti firma, mutându-te într-o altă localitate, trebuie să iei totul de la început, deoarece nu ai parteneri de afaceri.

În aproape toate programele MLM pe care le cunosc, te poţi muta oriunde, în altă parte a ţării, poţi sponsoriza alţi oameni, fără să pierzi beneficiul realizat din volumul de muncă creat de grupul lăsat în urmă.

Programele Multi-Level Marketing îţi creează posibilitatea de a face o grămadă de bani. Timpul necesar pentru a ajunge la succesul scontat diferă de la o firmă la alta, dar în mod sigur, acea grămadă de bani se face prin construirea unei structuri şi nu prin simpla vânzare de produse. Este de la sine înţeles că, unele programe oferă posibilităţi foarte bune de câştig prin vânzarea produselor, dar adevărata AVERE se face numai prin construirea unei structuri, ca obiectiv principal al activităţii tale.

Oamenii pornesc afacerile Multi-Level cu ideea obţinerii a 50, 100 sau 200 dolari pe lună şi, dintr-odată, realizează că pot obţine 1.000 - 2.000 dolari pe lună sau chiar mai mult, dacă se ocupă serios de afacere. Repet! *Câştigul cel mare nu se realizează din vânzarea produselor, ci prin construirea unei reţele de distribuitori.*

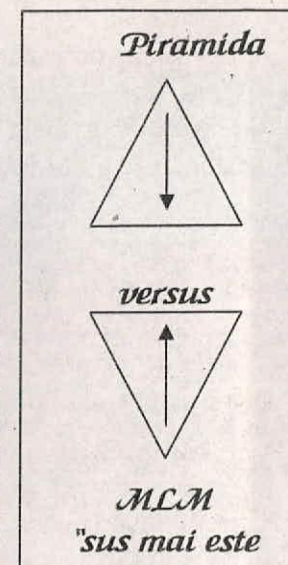
ACESTA ESTE SCOPUL CĂRŢII NOASTRE:

Să te înarmeze cu cunoştinţe necesare pentru a fi capabil să îţi construieşti cât mai REPEDE o structură şi să-ţi dezvolţi o atitudine clară faţă de MLM.

Dacă cineva crede că sistemul Multi-Level Marketing este ilegal, având o informaţie eronată, conotativă, privind

asemănarea cu sistemul piramidal[6], vei avea mari probleme cu sponsorizarea acelei persoane.

În acest caz, trebuie să o informezi corect şi să o ajuţi să renunţe la atitudinea greşită pe care o are, crezând că MLM ar fi un sistem piramidal.



Unul dintre exemplele pe care le poţi menţiona este schema alăturată:

Sistemul piramidal se construieşte de la vârf spre bază şi numai cei care intră în sistem de la început pot fi aproape de vârf şi de câştigurile mari.

În *triunghiul MLM,* toată lumea începe de la bază arborelui şi are şansa de a-şi construi o mare structură (ca ramurile unui copac sau a ramificaţiile unui arbore genealogic). Unii chiar îşi pot construi o structură de multe ori mai mare decât a propriului sponsor, dacă doresc.

Obiectivul principal al activităţii de sponsorizare este să porţi o discuţie generală despre MLM cu prospectantul tău şi să-i explici, cu ajutorul celor 3 degete, diferenţele dintre vânzarea cu amănuntul, vânzarea directă şi Multi-Level Marketing. Numai după această discuţie poţi avea un start bun în sponsorizarea lui şi "îmbarcarea" în propriul tău vehicul MLM.

După cum am menţionat la început, prin anii 2010, Multi-Level Marketing va realiza un rulaj de peste 200 miliarde dolari anual.

Aceasta este într-adevăr o MARE AFACERE !

[6] *Detalii despre scheme piramidale financiare ilegale se găsesc în site-ul www.rodsa.ro la pagina "Scheme piramidale".*

Majoritatea oamenilor nu realizează cât de mari pot fi afacerile MLM. Multi-Level Marketing se află în mijlocul nostru de aproximativ 50 de ani. Există companii MLM, cu aproape 45 de ani vechime, care obțin deja un venit de un miliard de dolari pe an. Cunosc o companie care a obținut 6,5 milioane dolari în primul an de afaceri. În cel de-al doilea an, a depăşit 62 milioane dolari. Pentru cel de-al treilea an şi-a propus obţinerea a 122 milioane dolari. Scopul ei final este de a atinge UN MILIARD pe an spre sfârşitul celui de-al zecelea an de funcționare. Principiile expuse în această carte îi vor uşura atingerea scopului propus. Iată, deci, un început tumultuos pentru o companie, la fel ca în NBA sau în liga de fotbal american!

MULTI-LEVEL MARKETING oferă producătorilor o variantă comercială, legală şi fezabilă, pentru lansarea unui produs pe piață, fără a fi nevoiți să investească un milion de dolari în publicitate sau să cedeze altora dreptul de distribuție asupra produsului.

DE REȚINUT

- **MLM** provine de la **Multi-Level Marketing**
- **MLM** = transferarea unor produse de la furnizor către consumatori, prin intermediul unor distribuitori care sunt recompensați după volumul activității personale şi a structurii sale pe mai multe nivele.
- **Schemele piramidale ilegale** = false programe MLM
- Produsele trebuie să se mişte, altfel nimeni nu va fi plătit!
- Vânzarea = recomandarea produselor
- **Sponsorizarea** = înregistrarea, inițierea şi instruirea partenerilor de afaceri MLM (**distribuitori MLM**)
- Recrutarea = înregistrarea partenerilor într-o afacere MLM
- **Responsabilitatea** = legământul sponsorizării
- În MLM toată lumea avansează de la bază cu şanse egale!

CAPITOLUL II

Prezentarea sintetică #1

DOI ORI DOI FAC PATRU

Această prezentare, prima din **"10 Napkin Presentation"**, poate fi făcută ÎNAINTE ca persoana interesată să vadă planul de marketing sau produsele pe care doreşti să le împarți cu ea.

Prezentarea devine OBLIGATORIE dacă ai introdus-o deja în program, deoarece intenția ta este de a-şi orienta gândirea într-o direcție corectă, încă din prima zi de activitate. Rezultatul prezentării va fi înlăturarea unei idei preconcepute din gândirea sa, şi anume, că "va trebui să sponsorizeze pe toată lumea" ca să câştige sume mari de bani în Multi-Level Marketing.

Prima prezentare sintetică explică, de asemenea, cât de importantă este instruirea propriilor oameni din structură şi cât de necesar este ajutorul dat pentru startul afacerii.

Prezentarea începe cu o operație de înmulțire. Deci, ia o coală de hârtie (sau un şervețel ...) şi scrie operația aritmetică **2 x 2 = 4**, ca în figura alăturată, continuând înmulțirea cu 2 în jos, până la 16.

2
x 2
4
x 2
8
x 2
16

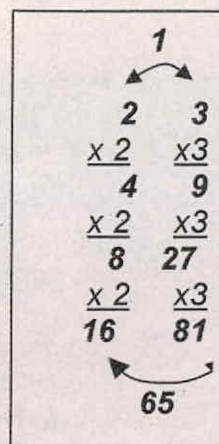
Se poate glumi spunând că, dacă sponsorizează pe cineva care nu ştie să facă înmulțirea corect, mai bine să-l trateze ca la poker – cu un "pas" – şi să nu mai continue, pentru că un astfel de om ar putea crea probleme.

Scriind operațiile de mai sus, comentezi următoarele:

"Dacă începi să sponsorizezi 2 oameni, pe care îi înveți să sponsorizeze fiecare câte 2, vei obține 4 oameni pe nivelul al

doilea, 8 pe nivelul al treilea şi 16 pe al 4-lea nivel în structura ta".

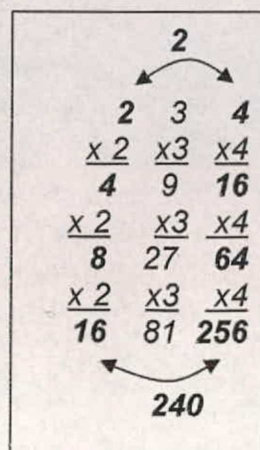
De observat că am început să folosesc cuvintele "sponsorizare" şi "a învăţa", care vor primi pe parcurs o însemnătate foarte mare.



Acum, extindem operaţiile, scriind o coloană de 3 x 3 în dreapta celei cu 2 x2 şi comentăm astfel:

"Dacă mai sponsorizezi un om în plus pe primul nivel, deci 3 oameni, pe care îi înveţi să sponsorizeze fiecare câte 3, vei obţine 9 pe nivelul al doilea, apoi îi înveţi cum să sponsorizeze şi ei câte 3 şi vei avea 27 pe nivelul al treilea, mergând mai departe obţii 81 oameni pe al 4-lea nivel în structura ta."

De observat diferenţa de 65 dintre 16 şi 81. Atrage-i atenţia şi întreabă-l dacă este de acord că diferenţa este într-adevăr mare. Apoi atrage-i atenţia că ADEVĂRATA DIFERENŢĂ ESTE UNU! Fiecare om a sponsorizat doar o persoană în plus! În mod normal vei auzi comentarii la acest punct, dar continuă expunerea că va fi şi mai bine.



Să spunem că acum sponsorizezi 4 persoane într-o afacere. În dreapta coloanei cu 3x3, scrie o altă coloană de cifre în timp ce vorbeşti:

"Să vedem ce se întâmplă dacă fiecare om sponsorizează ÎNCĂ DOI. Sponsorizezi 4 şi îi înveţi pe fiecare dintre ei cum să sponsorizeze şi ei câte 4. Apoi îi ajuţi pe cei 4 oameni noi să-i înveţe pe cei 16 oameni ai lor, cum să sponsorizeze fiecare câte 4, adăugând astfel 64 la grupul format. Mergând numai cu un nivel mai jos, grupul va avea 256 de persoane pe nivelul 4".

Din nou trebuie să punctezi rezultatul astfel:

"Acum avem o diferenţă considerabilă, dar ..."

În mod sigur va apărea o reacţie din partea interlocutorului, introdus deja în concept, care îţi poate tăia vorba spunând:

"... ADEVĂRATA DIFERENŢĂ constă în faptul că fiecare a sponsorizat DOAR DOI ÎN PLUS".

Terminăm prezentarea cu sponsorizarea a 5 persoane. Învăţând din mers, interlocutorul te urmăreşte mental sau verbal, în timp ce scrii cifrele în coloana finală, după cea cu 4. Se poate renunţa la "sponsorizare" şi "învăţare", scriind doar cifrele şi comentând:

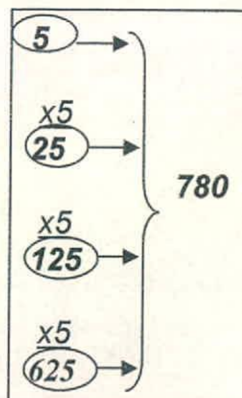
" 5 ori 5 egal cu 25, înmulţit cu 5 egal cu 125, înmuşţit cu 5 avem 625. DIFERENŢA ESTE FANTASTICĂ! Dar ADEVĂRATA DIFERENŢĂ constă în faptul că fiecare trebuie să sponsorizeze doar cu TREI oameni mai mult."

Majoritatea oamenilor înţeleg că trebuie să sponsorizeze cu 1,2, sau 3 persoane mai mult, dar de obicei îşi dau seama destul de greu de importanţa cifrelor de pe ultima linie (16, 81, 256 sau 625).

Imaginează-ţi că te afli realmente în situaţia de a completa ultima coloană, ca şi când ai fi avut timp să sponsorizezi 5 persoane serioase în program. Aşadar, cei "5" din capul coloanei reprezintă persoanele care doresc să fie implicate SERIOS în construirea unei afaceri pe cont propriu. Probabil a trebuit să sponsorizezi 10, 15 sau 20 persoane, pentru a-i întîlni pe acei 5 oameni serioşi.

Dacă vei înţelege în întregine cele 10 PREZENTĂRI SINTETICE, vei descoperi că oamenii tăi vor deveni MAI REPEDE serioşi, decât cei intraţi în structură care nu cunosc

acest material. Studiind cartea, vei învăţa cum să lucrezi cu ei, ca să poată deveni într-adevăr MAI REPEDE serioşi în afacere.



În figura din dreapta se poate vedea că, atunci când ai sponsorizat 5 oameni şi ei au sponsorizat alţi 5, până ajungi jos la a 4-a linie ... adunând toate cifrele încercuite vei avea 780 persoane serioase.

Demonstrând astfel, vei răspunde la întrebarea, *"Dar, cine trebuie să vândă produsele?"*, auzită de cei care au mai activat în MLM. Nu trebuie decât să parcurgi această PREZENTARE în întregime şi să explici interlocutorilor că 2 ori 2 fac 4 ... până când ajungi la 780 de distribuitori.

ORICARE ar fi structura Multi-Level Marketing, dacă există deja 780 persoane care UTILIZEAZĂ ei înşişi produsele, volumul vânzărilor este deja destul de mare (şi nu i-am inclus aici pe cei care nu iau în serios afacerea, fiind doar clienţi ocazionali).

Dacă toţi aceştia au la rândul lor 2, 3, 4 sau 5 prieteni ... să zicem că fiecare are 10 clienţi printre prieteni, rude sau cunoştinţe, ajungem la 7.800 clienţi! Dacă mai adaugi la aceasta cei 780 distribuitori din structura personală - ce crezi - vor fi capabili cei 8.580 consumatori, plus clienţii ocazionali să construiască o afacere profitabilă? Iată cum se pot face bani într-o afacere, având o mulţime de oameni care realizează câte puţin fiecare în parte. Nu uita că, de fapt, lucrezi doar cu 5 OAMENI SERIOŞI, nu cu o armată întreagă!

Ne izbim constant de oameni din alte structuri MLM, asemănătoare cu ale noastre, care rămân uimiţi cât de RAPID se dezvoltă propriile noastre structuri. Deşi sunt implicaţi în programele lor de mai mult timp, "se scarpină în cap" şi se întreabă ce facem noi în plus, faţă de ceea ce fac ei.

Răspunsul nostru este întotdeauna următoarea întrebare: *"Câţi oameni aveţi în LINIA FRONTALĂ?"* (Linia frontală este constituită din oamenii sponsorizaţi direct de către sponsor. Aceşti oameni se mai numesc "distribuitori de pe primul nivel" sau "capi de linie de sponsorizare".)

Aud de multe ori răspunsuri cu cifre între 25 şi 50 sau mai mult, dar cunosc oameni în MLM care au peste 100 de persoane în linia frontală. Cu toate acestea, eu îţi pot garanta că, dacă vei înţelege principiile expuse în carte, îi vei depăşi pe toţi aceşti oameni în următoarele şase luni, chiar dacă aceştia sunt implicaţi în structurile lor de 6-8 ani.

Îţi dau un exemplu simplu, similar cu această temă, ca să-ţi demomstrez de ce nu trebuie să ai atât de mulţi oameni în prima linie.

Exemplul următor este important şi pentru a intra mai uşor în prezentarea sintetică #2, care se referă la "sindromul eşecului vânzătorului" în Multi-Level Marketing.

Să analizăm cum funcţionează Pentagonul, format din armata terestră, forţa aeriană, marina militară, flota şi paza de coastă. De la cel mai mic nivel până în vârful Pentagonului, nimeni nu are mai mult de 5 sau 6 persoane în subordine, pe care să-i supervizeze DIRECT (cu unele rare excepţii). Gândeşte-te la acest lucru! Mai mult, în celebrele academii militare West Point şi Annapolis, fiecare cu peste 200 ani de experienţă, nimeni nu se gândeşte ca un militar să supervizeze mai mult de 5 sau 6 persoane. Poţi să-mi explici atunci, de ce intră unii oameni într-o structură Multi-Level Marketing, crezând că pot lucra efectiv cu 50 de persoane în linia frontală?

În realitate, NU O POT FACE! De aceea mulţi dintre ei eşuează, după cum vei vedea mai departe.

Nu încerca să lucrezi cu mai mult de 5 persoane serioase în acelaşi timp. Trebuie să fii atent când îi sponsorizezi, să mergi

pe verticală, în jos, ca să-şi construiască fiecare câte o grupă cu multe nivele. La un moment dat, ei nu vor mai avea nevoie de ajutorul tău şi te vor părăsi, începând să-şi construiască singuri propria linie frontală. Aceasta îţi va da posibilitatea să lucrezi cu o altă persoană serioasă, menţinând la 5 numărul celor care sunt implicaţi direct. Unele programe permit să lucrezi cu cel mult 3 sau 4 persoane deodată, dar nici un program cunoscut de mine nu permite construirea unei structuri cu mai mult de 5 persoane în prima linie.

Aceste PREZENTĂRI SINTETICE sunt strâns legate între ele şi de aceea unele din întrebările pe care le poţi avea vor putea fi clarificate pe măsură ce continui de studiat cartea.

DE REŢINUT

- Prezentarea #2 demonstrează **puterea numerelor în MLM**.
- Prezentarea începe cu **formula 2 x 2 = 4**, scrisă într-o coloană, până la 16 pe al 4-lea nivel.
- Se continuă a doua coloană cu formula 3 x 3, până la 81.
- Apoi cu 4 x4 până la 256, în final, cu 5 x5 până la 625.
- Se evidenţiază **diferenţa** obţinută la nivelul 4, ca urmare a adăugării a câte unei noi persoane sponsorizate direct, respectiv dacă se lucrează cu 5 persoane (deci cu 3 mai mult decât cu 2) se obţin 625 pe nivelul 4 (cu 609 mai mult).
- Concluzia: **o afacere MLM se construieşte cu 5 oameni serioşi!**

CAPITOLUL III

Prezentarea sintetică #2

SINDROMUL EŞECULUI VÂNZĂTORULUI

A doua prezentare sintetică va clarifica greşelile comune comise de cei orientaţi spre o profesiune în comerţul clasic.

Întrebarea cheie în acest caz este următoarea: *"De ce eşuează atât de mulţi oameni de afaceri atunci când sunt implicaţi în Multi Level Marketing?"* Cu alte cuvinte, îţi voi explica de ce preferăm să sponsorizăm mai degrabă zece profesori, decât zece comercianţi.

NU AŞ VREA SĂ FIU INTERPRETAT GREŞIT - eu cred că vânzătorii de profesie pot fi o achiziţie importantă pentru structura ta - dacă parcurg cele 10 prezentări sintetice (ca oricare altă persoană) şi le înţeleg în profunzime.

Mulţi oameni vor fi derutaţi de afirmaţia de mai sus, dar ei încă nu înţeleg că MLM este o METODĂ de marketing. Noi NU sponsorizăm oameni implicaţi în structuri de vânzări directe. Noi îi sponsorizăm într-un program Multi Level Marketing.

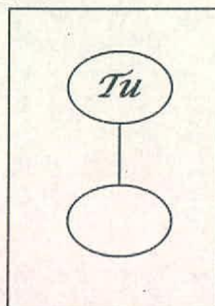
Cea mai dificilă problemă pe care o poţi avea cu un vânzător de profesie va apărea atunci când acesta îşi va da seama de calitatea ridicată a produselor pe care le prezinţi, întrucât va dori să le lanseze imediat pe piaţă. El îşi va elabora propria prezentare - nu are nevoie să-i spună cineva cum să vândă, fiindcă aceasta îi este profesia.

În realitate, noi nu dorim să le spunem cum să vândă. Noi dorim doar să-i învăţăm cum să INSTRUIASCĂ, să SPONSORIZEZE şi să construiască **o structură Multi-Level**

Marketing plină de succes. Dacă ne ascultă, atunci şi persoanele din această branşă pot activa FĂRĂ A VINDE NIMIC, considerând definiţia şi sensul normal al cuvântului "vânzare".

Dacă nu îi provoci la o conversaţie ca să le explici câteva lucruri simple despre Multi-Level Marketing şi despre diferenţa acestui sistem faţă de vânzările directe, atunci tendinţa lor este de a lua start într-o direcţie greşită. Îţi voi arăta câteva exemple pe măsură ce continuăm cu prezentările sintetice.

Majoritatea oamenilor (în special vânzătorii de profesie) cred că dacă sponsorizezi pe cineva, ţi-ai dublat deja efortul. (Desenează un cerc sub altul în care scrie "Tu".) Cu toate că la început ai fost doar tu în afacere, iar acum apare şi persoana sponsorizată, logic ar fi să spunem că efortul tău s-a dublat. Dar, NU ESTE ADEVĂRAT!

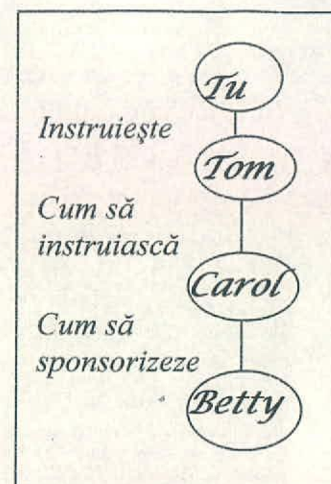


Motivul pentru care nu este adevărat, este că dacă persoana reprezentată prin cercul de sus (sponsorul) pleacă din MLM, va pleca şi persoana sponsorizată de el din MLM, deoarece îşi întrerup colaborarea. Trebuie să le explici oamenilor tăi că, dacă într-adevăr doresc să fie dublaţi, atunci trebuie să aibă cel puţin TREI NIVELE ÎN ADÂNCIME; numai atunci se pot considera multiplicaţi.

Dacă sponsorul tău a ieşit din afacere, înainte de a avea ocazia să vezi dacă programul va merge sau nu, îţi vei însuşi părerea că nu merge, fiindcă nu a mers nici pentru el. De fapt, ai considerat că sponsorul tău ştie oricum mai multe despre program decât tine ...

Să spunem că te afli în următoarea situaţie. (Desenează un cerc şi scrie "TU" în mijloc, ca în figura următoare.) Tu îl sponsorizezi pe Tom. (Desenează un alt cerc dedesubtul lui "TU" şi scrie "TOM" în mijloc - apoi uneşte cercurile).

Acum, dacă ieşi din program şi Tom nu ştie ce să facă (fiindcă nu l-ai învăţat), totul s-a sfârşit. Dar dacă l-ai INSTRUIT pe Tom cum să sponsorizeze, la rândul lui el o va sponsoriza pe Carol şi tu te vei afla deja LA ÎNCEPUTUL propriei tale dublări.



Dacă Tom NU învaţă cum să o instruiască pe Carol ca să sponsorizeze, atunci din nou se pierde totul şi am pus capăt structurii.

Deci, trebuie să-l înveţi pe Tom CUM SĂ O INSTRUIASCĂ pe Carol să sponsorizeze. Numai atunci o va putea sponsoriza Carol pe Betty sau pe altcineva.

Ai acum o structură cu TREI NIVELE ÎN ADÂNCIME. Dacă pleci din localitate (să lucrezi cu altcineva într-o altă regiune a ţării), acest grup va continua să muncească. Accentuez din nou această idee: TREBUIE SĂ ÎŢI FACI O STRUCTURĂ PE TREI NIVELE ÎN ADÂNCIME! Numai atunci poţi spune că te-ai MULTIPLICAT. Până când nu îndeplineşti această condiţie, nu poţi pretinde că ai o structură MLM.

Este suficient să comunici doar acest aspect persoanelor pe care le sponsorizezi şi vei deţine cheia secretului care îţi va aduce mai mult succes în programele Multi-Level Marketing, decât mulţi alţi distribuitori MLM.

Să revenim la tema acestei prezentări: sindromul eşecului vânzătorului profesionist.

Iată ce se întâmplă cu aceşti vânzători de profesie: ei asistă la prezentările produselor, ascultând sau citind părerile altora despre avantajele folosirii lor. Apoi, înarmaţi cu aceste

informaţii, ies pe piaţă şi vând ca "nebunii" (fereşte-te de ei şi aminteşte-ţi că sunt VÂNZĂTORI). Lucrând în vânzări directe, nu au nici o problemă de abordare a persoanelor străine.

Grozav! Dar eşti obligat să-i spui super-vânzătorului tău cum trebuie să lucreze corect (să-l numim Charlie), astfel:

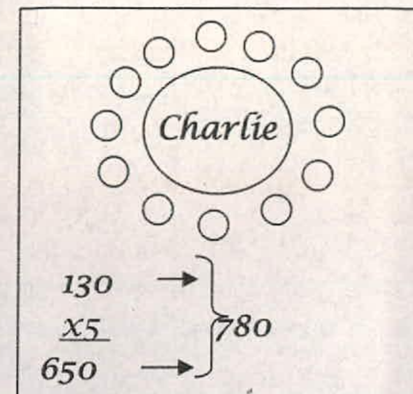
"Charlie, dacă vrei să obţii MULŢI BANI, nu o poţi face de unul singur. Trebuie să sponsorizezi alţi oameni în afacere".

Şi, cum crezi că reacţionează Charlie? Te ascultă şi se pune pe sponsorizat, mereu alţi şi alţi oameni. Va sponsoriza ca o furtună. Un vânzător bun poate sponsoriza 3 sau 4 persoane pe săptămână într-un program Multi-Level Marketing.

După un timp, se ajunge la un punct (care nu se lasă mult timp aşteptat), când oamenii părăsesc structura la fel de repede, pe cât de repede au fost sponsorizaţi de Charly. Dacă nu lucrezi EFECTIV cu ei (şi nu poţi fi eficient, dacă încerci să lucrezi cu mai mult de 5 deodată), îţi vei vedea oamenii cum se descurajează şi renunţă.

Aşa că Charlie, fiind descurajat şi puţin nerăbdător, văzând că nu se întâmplă nimic, părăseşte structura pentru a găsi altceva să vândă. Persoanele sponsorizate de Charlie, crezând că Charlie le vor face bogate peste noapte, se descurajează şi renunţă deasemenea şi ele. *Acesta este sindromul eşecului!*

Majoritatea oamenilor care au ajuns în poziţii bune în MLM nu provin dintr-un mediu al vânzărilor clasice. Ei s-ar putea să nu fie PROFESORI de meserie, dar mulţi dintre ei posedă minime cunoştinţe din tehnica învăţării şi predării. Cunosc un profesor, director de şcoală, care după 24 de luni într-un program de Multi-Level Marketing a câştigat mai mult de 15.000 DE DOLARI PE LUNĂ. El a reuşit să obţină acest venit lunar, INSTRUINDU-I PE CEILALŢI cum să facă afacerea la fel ca el.



Să exemplificăm prin cifre activitatea lui Charlie, ca să putem vedea mai clar unde a greşit. Putem presupune că Charlie fiind un super-vânzător, a sponsorizat 130 de oameni. Să presupunem, de asemenea, că el a determinat pe fiecare dintre ei să mai sponsorizeze alţi cinci oameni, adăugând astfel 650 şi obţinând un total de 780 în structura lui. (Îţi sună cunoscut?)

În timp ce ilustrezi acest lucru, pune următoarea întrebare interlocutorului tău:

"Cum crezi că ai putea lucra mai repede? Să sponsorizezi cinci oameni serioşi şi SĂ-I ÎNVEŢI CUM SĂ INSTRUIASCĂ sau să lucrezi ca un super-vânzător?"

Imediat vei auzi întrebarea: *"Ce să-i învăţ?"*

Iar răspunsul este, "... să-i înveţi ceea ce ai învăţat din această carte - adică cele 10 PREZENTĂRI SINTETICE. Ei trebuie să le înţeleagă pe toate, dar mai întâi pe primele patru. Explică-le puterea numerelor în MLM prin formula 2 x 2 = 4 şi de ce nu reuşesc unii oameni în MLM, etc."

Apoi, continui cu explicaţiile: "De cât timp crezi că vei avea nevoie ca să sponsorizezi 130 de oameni? Câte dintre persoanele sponsorizate la început vor părăsi structura când vei ajunge să sponsorizezi a 130-a persoană? Vei afla că îi pierzi destul de repede şi vei descoperi că rata retragerii din afacere în rândul celor 780, de care am vorbit şi în prezentarea sintetică #1, este foarte ridicată."

Odată ce vei demonstra cele de mai sus unor vânzători şi ei vor înţelege despre ce este vorba, aceştia vor exclama: *"Aha! Acum ştim ce trebuie să facem!"*.. şi chiar vor dori să facă.

ATENŢIE!

Trebuie să-i aduci înapoi, deoarece ei încă nu înţeleg ceea ce tocmai am discutat în acest capitol. Din acest motiv, fără voia lor, îi vor determina pe oamenii deja sponsorizaţi (lipsiţi de ajutor) ... să părăsească afacerea!

Lucurile se pot desfăşura astfel: vânzătorii sponsorizează în continuare alţi oameni, noii distribuitori vin şi declară că au găsit cinci persoane săptămâna trecută, după care vânzătorii-sponsori le va spune: *"Extraordinar!"* şi îi vor bate colegial pe spate ca semn de recunoştinţă.

Săptămâna următoare vor introduce alte cinci persoane, dar între timp, cei introduşi în prima săptămână se retrag din afacere. Şi aşa mai departe, fără nici un rezultat, dintr-un eşec în altul!

Dacă înţelegi acest "sindrom al eşecului vânzătorului", trebuie să-i încurajezi, dar în acelaşi timp să accentuezi cât de IMPORTANT este să te ocupi de primii cinci pe care i-ai sponsorizat în prima linie, SĂ-I AJUŢI SĂ PORNEASCĂ AFACEREA.

După ce am sponsorizat pe cineva, este mult mai important să merg cu acesta şi SĂ-L AJUT SĂ SPONSORIZEZE, decât să caut să sponsorizez altă persoană pentru mine. Voi reveni asupra acestei idei în prezentările ulterioare.

Dintre cele 10 prezentări sintetice, primele patru TREBUIE să fie învăţate.

Dacă nu ai timp pentru toate, demarează cel puţin cu primele 2 prezentări (#1 şi #2, din cap. 2 şi cap.3). În funcţie de experienţă, le poţi arăta celor interesaţi în 5-10 minute.

În unul din programele în care am fost implicat, am sponsorizat un tip numit Carl. Carl mi-a povestit cum şi-a sponsorizat fiica din Tennessee şi că ea cunoaşte toată lumea din oraş! I-am spus lui Carl la telefon că este excelent şi am adăugat repede că trebuie să-i spun ceva important pentru fiica sa. L-am

întrebat dacă are o foaie de hârtie şi un creion la îndemână (ceea ce avea) şi l-am pus să scrie formula 2 x 2 = 4 ... şi toată povestea. L-am sfătuit să-şi sune fiica imediat şi s-o informeze asupra greşelilor de sponsorizare, ceea ce ar putea să o abată de la drumul corect. El a sunat-o şi au reuşit amândoi foarte bine cu demararea afacerii.

DE REŢINUT

➧ **Dublarea** eforturilor proprii se face prin instruirea partenerului de afaceri.

➧ Condiţia ca să ai o structură MLM activă este ca să sponsorizezi pe **trei nivele în adâncime**.

➧ **Sindromul eşecului vânzătorului** poate fi eliminat, dacă este ajutat fiecare partener de afaceri din linia frontală.

CAPITOLUL IV

Prezentarea sintetică #3

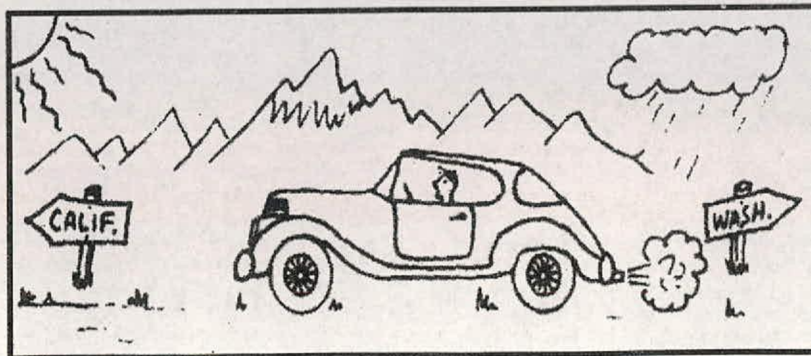
PATRU LUCRURI CARE TREBUIE FĂCUTE

În prima prezentare am vorbit câte ceva despre lucrurile ce TREBUIE FĂCUTE, iar în a doua ceva despre lucrurile ce NU TREBUIE FĂCUTE în munca ta de construire a structurii MLM în adâncime.

În această prezentare îți voi arăta cele patru lucruri CARE TREBUIE FĂCUTE pentru a avea succes într-un program MLM. Cele patru lucruri sunt de o absolută NECESITATE.

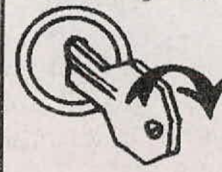
Cei care câștigă în Multi-Level Marketing 100.000 sau 200.000 dolari pe an (sau mai mult) AU FĂCUT și CONTINUĂ SĂ FACĂ patru lucruri necesare.

Pentru a te ajuta să-ți reamintești cele patru lucruri necesare, folosesc o povestire pe care o poți spune oamenilor tăi. Ei nu numai că se vor inspira din ea, ci într-adevăr își vor REAMINTI ce trebuie să facă. Iată cum începe povestirea:



Imaginează-ți că dorești să faci o excursie cu mașina din Washington în California. Părăsești orașul Washington destul de ploios în timpul verii (în realitate nu e chiar așa de ploios pe cât doresc oamenii să-l înfățișeze) și călătorești cu familia spre însorita Californie. Soarele Californiei reprezintă atingerea scopurilor tale în programul MLM din care faci parte. Când vei ajunge acolo vei fi un om PLIN DE SUCCES, ajungând în FRUNTE!

Urcă și ...



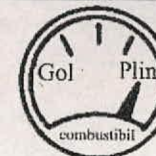
... pornește!

PRIMUL LUCRU pe care trebuie să-l faci este să URCI în mașină și să PORNEȘTI. Orice persoană din MLM, care a făcut o mulțime de bani, a trebuit mai întâi să pornească afacerea. Suma de bani necesară pentru start depinde de compania MLM și programul de marketing pe care l-ai ales ca "vehicul". Costurile diferă de la aproape nimic până la 12,50$, 45$, 100$, 200$ sau 500$, ori chiar mai mult.



Folosește produsele ...

AL DOILEA LUCRU de care ai nevoie în această excursie, este BENZINA și ULEIUL. În drumul tău spre California, vei consuma carburant și ulei (produse) și va fi necesar să realimentezi pe parcurs. În MLM se lucrează cel mai bine cu produse CONSUMABILE. Deci, vei utiliza acest fel de produse și vei dori să le cumperi din nou, mereu aceleași produse ...



... și cumpără din nou.

Ceea ce înseamnă că TREBUIE SĂ FOLOSEȘTI PRODUSELE companiei pe care o REPREZINȚI.

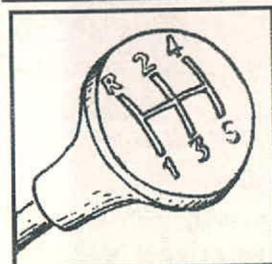
După cum am spus în prezentarea #1, cu 780 de distribuitori în structură, indiferent de program, volumul

produselor rulate va fi imens. Cred că îți dai seama de avantajele construirii unei afaceri care distribuie produse consumabile. (Majoritatea companiilor Multi- Level Marketing fac parte din această categorie.) Produsele neconsumabile se vând cel mai bine cu amănuntul (în magazine) sau prin vânzare directă (dar nu întotdeauna).

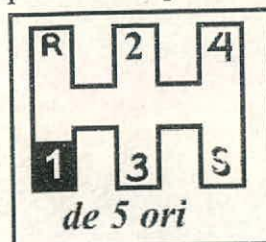
Un alt rezultat al utilizării produselor de către tine, este că vei fi entuziasmat de acestea. Calitatea lor superioară, față de cele din magazine, provine din investițiile făcute de companiile MLM în dezvoltarea gamei de produse. În loc să-şi cheltuiască banii pe reclame, companiile investesc în calitatea produselor.



AL TREILEA LUCRU pe care trebuie să-l faci este să intri pe rând în TREPTELE DE VITEZĂ până la treapta cea mai mare! Se ştie că nimeni nu porneşte maşina din ultima treaptă de viteză. Întotdeauna se porneşte cu schimbătorul de viteză în punctul NEUTRU al treptelor de viteză. (De remarcat că nu conducem o maşină cu schimbător automat de viteză). Chiar dacă ne aflăm deja în maşină, cu cheia de contact răsucită şi motorul turat, până nu vom scoate schimbătorul de viteză din punctul neutru al vitezelor, nu vom ajunge niciodată în California sau în altă parte.

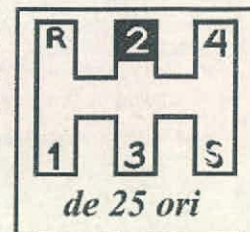


Aşadar, ca să intri în viteză trebuie să sponsorizezi pe cineva în afacerea ta. Când sponsorizezi o persoană eşti deja în **PRIMA VITEZĂ**. Părerea mea este că trebuie să intri în viteza întâi de 5 ori, aşadar să sponsorizezi 5 oameni SERIOŞI. Într-una din prezentările ulterioare îți voi explica cum să-i alegi.



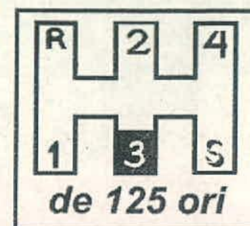
de 5 ori

Dacă vrei ca oamenii tăi să intre şi ei în viteză, trebuie să-i ÎNVEȚI cum să intre în viteza întâi prima dată, sponsorizând o persoană. Când fiecare din cei 5 oameni ai tăi vor intra în viteza întâi de 5 ori, tu vei ajunge de 25 ori în **VITEZA A DOUA**.



de 25 ori

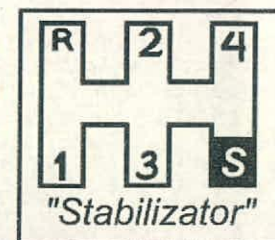
Acum, îi vei învăța pe cei 5 oameni ai tăi cum să-i instruiască pe cei 5 ai lor să intre în viteza întâia de 5 ori. Deci, oamenii tăi vor ajunge în viteza a doua de 25 ori fiecare, ceea ce te va duce în **VITEZA A TREIA** de 125 ori. Când ai construit nivelul trei de distri-buitori în structura ta, înseamnă că te afli deja în VITEZA A TREIA.



de 125 ori

Ai observat vreodată cât de lin rulează o maşină în viteza a patra? Acelaşi lucru se va întâmpla şi în structura ta. Probabil vei dori să intri cât de repede în treapta cu VITEZĂ MAXIMĂ (în cazul nostru viteza a patra), dar acest lucru se va întâmpla numai atunci când distribuitorii din primul nivel ajung în viteza a treia, ceea ce înseamnă că tu vei ajunge într-adevăr în **VITEZA A PATRA**.

Bineînțeles, vei dori ca şi oamenii tăi să ajungă în VITEZA MAXIMĂ sau VITEZA A PATRA, pentru că atunci vei putea cupla STABILIZATORUL de viteză şi vei putea "conduce" maşina fără să ții piciorul pe pedala de accelerație. Altfel vorbind, afacerea ta va funcționa "automat".

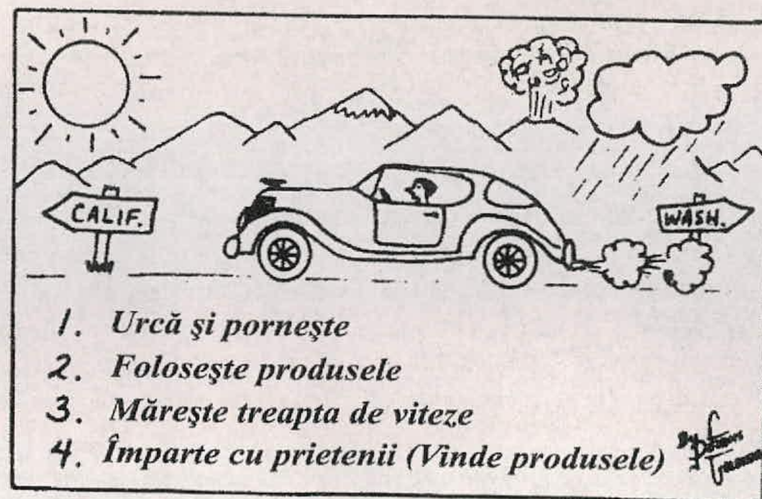


"Stabilizator"

Cum poți ajunge aici? Nimic mai simplu! Trebuie doar să-i ajuți pe cei sponsorizați de tine să-şi învețe colaboratorii să intre în VITEZA A TREIA, ceea ce-i va pune pe ei în VITEZA A PATRA şi pe tine în STABILIZATOR.

AL PATRULEA LUCRU necesar în timpul călătoriei tale spre California, este să-ţi foloseşti timpul disponibil ca să ÎMPARŢI produsele cu oamenii din maşina ta. Lăsă-i să le încerce, lăsă-i să descopere avantajele produselor ... pentru că atunci când vor dori să ştie de unde să le cumpere, ghici ce ai de făcut? Aşa că, împarte produsele cu prietenii tăi şi fă-i clienţi-prieteni. De notat că, pentru o parte din oameni, aceasta este singura activitate de vânzare din toată afacerea.

În acest moment al prezentării este important de observat că, parcurgând primele trei prezentări (#1, #2 şi #3) am vorbit despre cele PATRU LUCRURI CARE TREBUIE FĂCUTE pentru a avea succes. Dar, nu am spus NICIODATĂ că TREBUIE să ieşi pe piaţă şi să VINZI. Afirm încă odată că nu trebuie să vinzi produsele în sensul normal al cuvântului "a vinde" şi INSIST asupra faptului că trebuie să ÎMPARŢI produsele cu prietenii tăi. Poţi să le împărţi chiar şi cu străinii. Când vor vedea avantajele produselor şi vor înţelege planul de marketing, vor deveni cu siguranţă NOII TĂI PRIETENI.



Nu ai nevoie nici măcar de un număr mare de clienţi. Dacă ai doar 10 sau chiar mai puţin ... este O.K.! Înseamnă că punctul

nr. 4 (din figura următoare) are importanţă minimă. Chiar dacă ar lipsi acest punct "4", putem totuşi să ajungem în California, acordând atenţie celorlalte trei puncte, deci dezvoltând structura MLM.

SĂ OBSERVĂM că, dacă nu îndeplineşti punctul nr. 3 de mai sus (adică nu intri într-o treaptă superioară de viteză), în schimb acorzi mai multă atenţie punctului 4 (vinzi foarte mult), nu vei ajunge la destinaţie. (Asta fac vânzătorii – ei rămân mereu pe drum.) Odată înţeles acest principiu, corelat cu prezentările #1 şi #2, îţi vei putea dezvolta o atitudine corectă faţă de MLM.



Pornind de la desenul cu treapta întâi de viteză, trebuie să dezvolţi în subconştientul interlocutorului tău semnificaţia NUMĂRULUI 5. Tot ceea ce trebuie să faci este să găseşti cinci persoane serioase care doresc să fie cu adevărat implicate în afacere. Vei întâlni oameni de la care vei auzi deseori următorul răspuns, referitor la afacerea lor MLM: *"Eu nu găsesc pe nimeni care să dorească să vândă!"* Din nou apare cuvântul "a vinde". NU MAI CĂUTA persoane care vor numai să vândă! CAUTĂ PERSOANE care vor să câştige în plus 600$, 1200$ sau 1500$ pe lună, fără a merge la serviciu în fiecare zi. Cunoşti, tu sau prietenii tăi, astfel de oameni? Răspunsul va fi la unison: *"Da, toată lumea vrea să câştige un ban în plus!"* Ei bine, aceştia sunt oamenii cu care trebuie să vorbeşti, pentru că oricine ar dori să aibă o astfel de sursă de câştig.

Mai trebuie să punctezi că sunt necesare 5 până la 10 ore pe săptămână din timpul lor liber pentru a construi afacerea, după care poţi încheia astfel: *"Ce e rău în asta?"*

Uneori, oamenii intră în MLM, crezând că totul se va rezolva de la sine, doar pentru că au semnat un contract. Nici chiar aşa! Aminteşte-ţi că maşina pe care o conducem spre California NU are schimbător AUTOMAT de viteză.

Cunoaştem cu toţii oameni care au urmat un colegiu ca să obţină o diplomă şi o calificare. Sunt oameni capabili, care doresc să realizeze ceva în viaţă. Poate că faci parte dintre ei. Mergi la şcoală zilnic, studiezi toată ziua (uneori chiar şi noaptea), săptămână de săptămână, ani în şir. Dar, ... după ce obţii diploma, cât poţi câştiga într-un serviciu? Ce perspective poţi avea muncind ca salariat?

RECOMANDAREA mea este să-ţi faci timp 5 până la 10 ore pe săptămână să ÎNVEŢI cele 10 prezentări sintetice şi tot ceea ce se poate despre compania MLM pe care o reprezinţi. După ce le-ai învăţat şi le-ai înţeles, poţi să-i înveţi şi pe alţii. ***Cartea pe care o citeşti acum, este cheia succesului de mâine.*** Nu doresc să te descurajez că nu ai putea instrui pe cineva cu ceea ce ai învăţat aici. Nici nu am pretenţia să o faci imediat după ce ai citit sau auzit prima dată aceste concepte. De fapt nici NU TREBUIE să o faci!

Aminteşte-ţi că, pentru a intra într-un program MLM trebuie să ai un SPONSOR. Dacă sponsorul tău este unul REAL, el te va ajuta să sponsorizezi primele 5 persoane. Atenţie: este vorba de o RELAŢIE DE COLABORARE. În cadrul acestui proces de instruire practică, sponsorul expune cele 10 prezentări sintetice (individual sau în grupuri) oamenilor tăi, dar în acelaşi timp te instruieşte şi pe tine. Pe de altă parte, oamenii sponsorizaţi de tine fac parte şi din structura sponsorului tău.

Îţi sugerez să-ţi stabileşti câte un scop personal din ce în ce mai mare pe parcurs. După ce ai urcat 20 % pe scara carierei de succes, ar trebui să CUNOŞTI şi să ÎNŢELEGI cele 10 PREZENTĂRI SINTETICE. După parcurgerea a 3/4 din drum vei fi capabil să-ţi INSTRUIEŞTI oamenii din structură. Când vei fi aproape de vârf, vei fi în stare să-i ÎNVEŢI pe oamenii tăi cum să-şi INSTRUIASCĂ oamenii din propria lor structură. Aceste scopuri se pot ATINGE într-un timp relativ scurt, dacă urmezi sfaturile mele.

Poţi reciti această carte (sau reasculta caseta audio cu cele 10 prezentări sintetice), poţi studia sau reflecta, de câte ori doreşti. Dacă ţi s-ar cere să faci un legământ că vei parcurge materialul de 5, 6 sau 10 ori, pentru ca după un an să câştigi 2, 3, 4 sau 6 MII DE DOLARI PE LUNĂ, nu crezi că merită să înveţi 5 până la 10 zece ore pe săptămână?

Trebuie să admiţi că ai descoperit o cale foarte uşoară "de a merge la şcoală", nu-i aşa? Dacă arunci o privire în cursurile universitare şi încerci să înveţi materia pe care o conţin, vei trage concluzia că acestea nu-ţi vor aduce întotdeauna veniturile de mai sus, îtr-o perioadă atât de scurtă!

Bun venit la Universitatea MLM!

DE REŢINUT

➡ Patru lucruri necesare pentru a avea succces în MLM:
- Urcă şi porneşte
- Foloseşte produsele
- Schimbă viteza într-o treaptă superioară
- Împarte produsele cu prietenii (vinde produsele)

➡ **Numărul 5** are o semnificaţie aparte în MLM.

CAPITOLUL V

Prezentarea sintetică #4

SAPĂ ADÂNC PÂNĂ LA STÂNCĂ

Cu această prezentare se încheie prima parte a instruirii noului distribuitor. Nu uita că, primele 4 prezentări TREBUIE să fie parcurse înainte de orice altă activitate.

DESCURAJAREA este una din cauzele care duc la tulburarea unui nou distribuitor pe care tocmai l-ai sponsorizat, dacă omiți să-i explici importanța unei DEMARĂRI DIN START. De aceea recomand ca nimeni să nu înceapă să-și numere vechimea în luni de afacere, până când nu și-a terminat luna de instruire sau PERIOADA DE INSTRUIRE, oricât ar fi ea de lungă.

Atunci când un distribuitor se implică întâia oară într-o structură MLM, există tendința să privească la cei din frunte și să se descurajeze, neavând o demarare corectă și crezând că nu va fi niciodată în stare să îi ajungă.



Desenează acum o mulțime de alergători și cele două săgeți care arată direcția în care fug oamenii. Atrage atenția asupra ultimului alergător, care încearcă să ajungă din urmă grosul mulțimii și pe alergătorul care aleargă CEL MAI REPEDE . (Ar fi mai simplu dacă ai ilustra oamenii prin cercuri, ca în prezentarea #2). Adu-ți aminte cum era la școală când alergai pe pistele de atletism!

Cei din frunte încercau să alerge cât mai repede, pentru a-și lăsa în urmă colegii, față de ultimii care încercau zadarnic să ajungă plutonul avansat.

Deoarece în "concursul" nostru nu există linie de sosire, fiecare ar putea fi "câștigător". Pe peretele biroului unde lucrez, am afișat un citat al pastorului meu, care spune astfel: ***"Singurii care pierd sunt cei care ies din competiție !"***

Totuși, ca să alergi bine într-o cursă, trebuie să te antrenezi. Când sponsorizezi pe cineva, trebuie să consideri primele 2 până la 6 săptămâni din afacere ca o perioadă de instruire. Abia din luna URMĂTOARE se poate vorbi de luna de START a afacerii.

O LUNĂ DE START se pregătește printr-o INSTRUIRE serioasă, respectiv prin tot ceea ce citesc și ascultă noii distribuitori, prin toate întâlnirile la care participă împreună cu sponsorii lor, prin produsele pe care le încearcă și care se distribuie. Dacă nu sunt gata să pornească serios afacerea în luna următoare pregătirii, consideră că se află tot în PERIOADA DE INSTRUIRE. În nici un caz nu-i lăsa să-și numere lunile de afacere, până când nu sunt pregătiți. Când vor fi serios pregătiți, vor fi "încălziți" pentru alergare și vor avea un START BUN și o CURSĂ MULT MAI RAPIDĂ.

Unul din avantajele majore ale acestor 10 prezentări sintetice este că, pe măsură ce noii tăi distribuitori sunt instruiți (uneori alături de prospectanți), ei au tendința de a deveni AUTOMOTIVAȚI în activitatea lor. Eu, de fiecare dată când prezint formula 2 x 2 = 4, sunt la fel de încântat de posibilitățile oferite de afacerile MLM.

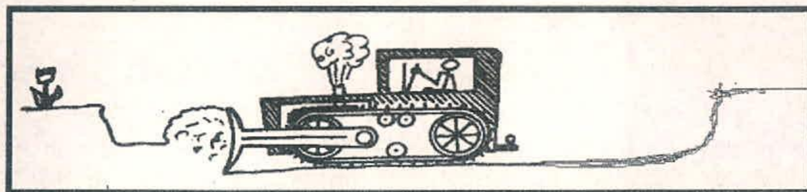
După ce vei citi, studia și înțelege ce am de gând să-ți prezint în următoarele pagini, te vei simți motivat și încurajat în activitate, de fiecare dată când vei vedea ridicându-se o nouă clădire pentru birouri.

Probabil ai observat că atunci când se încep lucrările pentru o nouă construcție, ți se pare că ridicarea ei va dura luni și luni de zile, uneori infinit de mult, până când se va vedea construcția la nivelul terenului. Dar, odată ce depășește acest nivel, pare că se înalță cu un etaj pe săptămână, că merge mult mai REPEDE!

Imaginează-ți că, într-o bună zi, acea clădire înaltă pentru birouri ar putea fi propria ta structură MLM și întreabă-te ce ai de făcut pentru a o ridica. Când începi să sponsorizezi cele 5 persoane serioase, înseamnă că sapi fundația construcției tale cu HÂRLEȚUL și LOPATA.



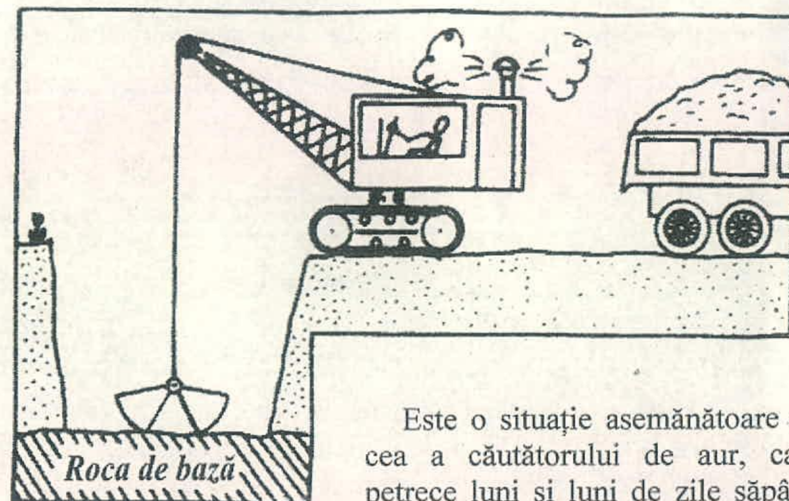
Dar, atunci când trebuie să sapi mai adânc în stratul al doilea al fundației, învățând oamenii tăi cum să sponsorizeze alți 25 de distribuitori, trebuie să aduci un BULDOZER.



După ce ți-ai instruit oamenii cum să-și învețe distribuitorii să sponsorizeze, ai ajuns pe drumul spre roca de bază și începi să sapi cu EXCAVATORUL, până ajungi la stâncă! Numai după ce îi vezi pe cei 125 oameni din nivelul al treilea, poți spune că ai ajuns la ROCA DE BAZĂ.

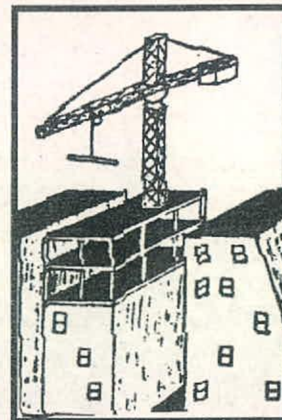
De acum poți începe construcția propriu-zisă. Când ai ajuns la NIVELUL 4 al structurii (în adâncime), înseamnă că fundația clădirii tale începe să devină vizibilă și de aici încolo se va înălța rapid.

Așa că, dacă ești în afacere de câteva luni și vezi că nu se întâmplă nimic, nu te descuraja pentru că ești încă în faza de construcție a fundației.



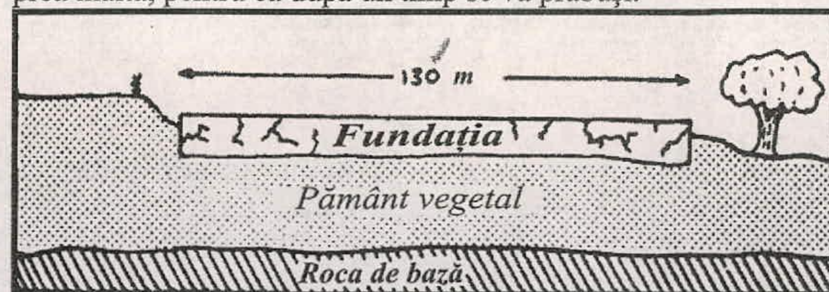
Este o situație asemănătoare cu cea a căutătorului de aur, care petrece luni și luni de zile săpând într-o mină, dar care renunță și pleacă exact când mai sunt 6 inch (cca. 20 cm) distanță până la filonul principal.

Să ne întoarcem la vânzători. Iată ce li se întâmplă lor: aceștia nu au răbdare și părăsesc locul în căutarea a ceva nou, chiar înainte de a ajunge la roca de bază și înainte de a începe construcția. De fapt, nu te poți aștepta la rezultate vizibile și la creșteri reale, înainte de a ajunge la nivelul 4 în adâncimea structurii. Asta nu înseamnă că neapărat toți trebuie să fie pe nivelul 4 sau 5. Dacă oricare din liniile tale a atins nivelul 4, înseamnă că ai început deja să construiești etajele clădirii, care sunt niște rezultate vizibile ale muncii tale.



În figura de următoare se poate vedea cum arată "fundația" unui vânzător care sponsorizează 130 persoane. De remarcat că, nu s-a ajuns la roca de bază, chiar dacă fiecare dintre oamenii săi a sponsorizat câte 5 "consumatori de produse" sau

"angrosişti", ajungând la o structură de 780 persoane. Fără o fundaţie solidă pe roca de bază nu se poate construi o clădire prea înaltă, pentru că după un timp se va prăbuşi.



Corelând povestea construcţiei unei clădiri înalte pentru birouri cu excursia spre California, observăm că vânzătorul care a sponsorizat cele 130 de persoane a fost de prea multe ori în prima viteză. Chiar dacă fiecare dintre oamenii săi au mai sponsorizat câte 5, ei nu vor trece niciodată din viteza a doua în viteza a treia!

Dacă vei ÎNVĂŢA aceste prezentări şi le vei UTILIZA, nu te vei bloca în viteza a doua. Construieşte-ţi fundaţia adânc, pe roca de bază sau pe stâncă şi vei ajunge în CEA MAI MARE TREAPTĂ DE VITEZĂ! Când vei învăţa despre motivaţie şi atitudine (prezentarea sintetică #9, capitolul 10), precum şi alte prezentări, vei înţelege pe deplin de ce este important să construieşti în adâncime.

Înainte de a trece la prezentarea sintetică #5, aş dori să-ţi reamintesc că primele patru prezentări trebuie arătate oamenilor cât de repede posibil. Celelalte se pot arăta din momentul în care ei încep să sponsorizeze alţi oameni în afacere.

DE REŢINUT

- **Luna de start** necesită o pregătire serioasă.
- **Construcţia structurii MLM** se bazează pe o fundaţie aşezată pe o rocă de bază sau pe o stâncă.

CAPITOLUL VI

Prezentarea sintetică #5

VAPOARE PE MARE

Cu această prezentare intrăm în detaliile afacerilor MLM. Ar trebui să te afli la o săptămână, două, o lună sau o altă perioadă de timp de la intrarea în afacere. Viitorul tău depinde de modul cum vei lua în serios activitatea unui distribuitor MLM. Acum a sosit timpul să îţi DEZVOLŢI afacerea, deoarece ai sponsorizat deja un număr de oameni.

Aceasta este una din prezentările amuzante, care se face mai bine în cadrul unui grup de oameni, decât faţă în faţă cu o singură persoană.

O binecunoscută expresie anglo-americană, tradusă ad literam, spune aşa: *"Când mi se vor întoarce corăbiile ..."*, ceea ce în traducere liberă înseamnă: *"Când voi trage lozul cel mare..."*. Această expresie îmi aminteşte de un pesimist care remarca mucalit: *"Cu norocul meu, când mi se vor întoarce corăbiile, voi fi în staţia de autobuz sau la aeroport."* În Multi-Level Marketing, corabia ta într-adevăr SE POATE întoarce! Iar dacă înveţi şi aplici cele 10 prezentări poţi fi în port când se va întoarce.

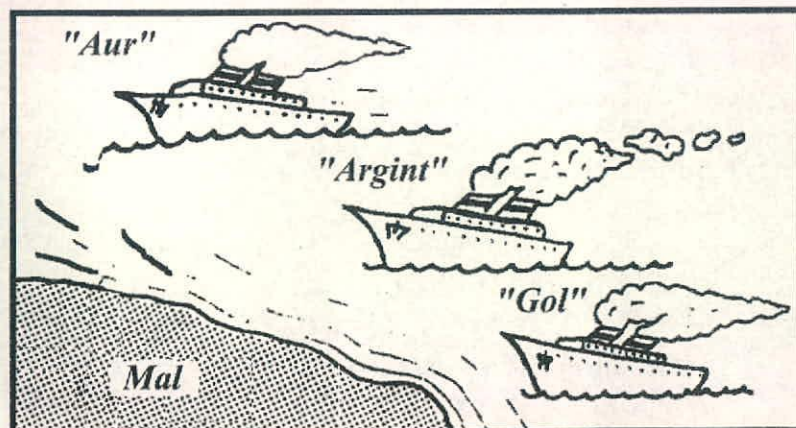
Uneori îi întreb pe oameni dacă nu au o rudă foarte îndepărtată, care urmează să moară şi de la care ar putea moşteni o grămadă de bani. Cert este că nu mulţi au această şansă. Cu toate că unii n-au nici o şansă să-şi vadă corăbiile întorcându-se, totuşi în Multi-Level Marketing acest lucru ESTE POSIBIL!

Iată unul din motivele care mă ENTUZIASMEAZĂ şi mă atrage spre MLM. Discutând cu oamenii, poţi să le dai o SPERANŢĂ – şi anume, speranţa că nu trebuie să-şi petreacă

următorii 30-40 de ani muncind ca salariaţi într-o firmă, doar ca să-şi obţină o pensie. Te-ai gândit vreodată că oamenii lucrează pe brânci 30-40 de ani ca să poată "vedea lumea" când ajung pensionari? După o viaţă de muncă, cei mai mulţi trăiesc cu jumătate din venitul unui salariat ...

MULTI-LEVEL MARKETING oferă tuturor, în mod real, posibilitatea de a-şi vedea împlinite propriile vise, pentru care nu trebuie să aştepte 30 sau 40 de ani. Majoritatea oamenilor se tem să încerce un start nou şi să construiască o afacere de unul singur. MLM le oferă această posibilitate, fără a le perturba mijloacele actuale de întreţinere, determinându-i să se implice şi să încerce.

Aş dori să-ţi arăt CUM poţi determina CORABIA TA sau VAPORUL TĂU SĂ SE ÎNTOARCĂ. Acest fapt va reprezenta atingerea vârfului în structura din care faci parte, oricare ar fi compania MLM pe care o reprezinţi. Iar atunci când corabia sau vaporul vor trage la mal, descărcând în port preţioasa încărcătură, vei dispune încasarea contravalorii pentru toată marfa transportată.



Când faci această prezentare desenează 3 vapoare pe mare, iar în partea de jos a foii "malul sau "ţărmul" unde se află portul în care aşteptăm să se întoarcă vapoarele. Scrie lângă primul vapor

cuvântul "Aur", lângă al doilea "Argint" şi lângă al treilea "Gol" (însemnând că se întoarce fără nici o încărcătură). Vapoarele reprezintă oamenii din structura ta, indiferent dacă i-ai sponsorizat direct sau au fost sponsorizaţi de distribuitorii tăi. Ei pot să facă parte din oricare nivel, pe oricare linie de sponsorizare.

Ştiind că urmează să încasezi bani pentru marfa transportată, atunci când va acosta unul din vapoarele tale, pe care îl vei ajuta să ancoreze mai repede în port?

"Vaporul cu AUR", vei spune, nu-i aşa?

Bineînţeles! Atunci de ce tinde majoritatea oamenilor să lucreze cu vaporul gol? Pentru că majoritatea oamenilor n-au mai fost implicaţi în ceva asemănător niciodată în viaţa lor.

Comparaţia vapoarelor cu distribuitorii este următoarea:

VAPOARELE CU AUR reprezintă tipurile de vânzători sponsorizaţi, lăsaţi de capul lor, care cred că nu au nevoie de ajutor. Poate vor reuşi, dar probabil nu vor ajunge la mal dacă nu vor ţine cont de cheia succesului pentru construirea structurii în adâncime.

VAPOARELE GOALE reprezintă distribuitorii care lucrează într-un program MLM de mai multe luni şi pe care trebuie să-i convingi de fiecare dată că afacerea VA MERGE. Ei tind să devină negativişti şi se descurajează uşor. În general, oamenii lucrează cu vapoarele goale PÂNĂ când citesc sau aud această prezentare. Când vor înţelege adevărul despre sponsorizare, vor începe să lucreze cu vapoarele încărcate cu AUR.

VAPOARELE CU ARGINT reprezintă prospectanţii sponso-rizaţi în afacere. În funcţie de modul cum lucrezi cu ei, încărcătura lor se va transforma în AUR sau vaporul va deveni GOL.

Când vorbeam despre cele 5 PERSOANE SERIOASE în prima prezentare, vorbeam de CINCI VAPOARE CU AUR. Sau, cu cât ai mai multe vapoare cu argint pe care le transformi în vapoare cu aur, cu atât ai mai puţin de sponsorizat ca să obţii 5 oameni serioşi.

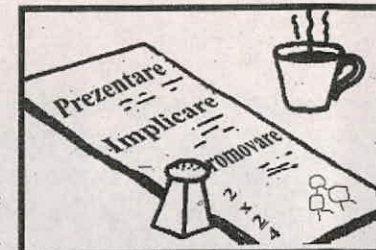
Iată cum poţi recunoaşte PERSOANELE SERIOASE sau VAPOARELE CU AUR:

1. Sunt NERĂBDĂTOARE să ÎNVEŢE. Te sună tot timpul şi-ţi pun sute de întrebări.
2. SOLICITĂ AJUTORUL TĂU. Au pe cineva pe care doresc să-l instruiască sau să-l sponsorizeze cu ajutorul tău.
3. Sunt ENTUZIASMAŢI DE AFACERE. Înţeleg suficient din program, ca să realizeze că va funcţiona, ceea ce îi încurajează.
4. Fac un LEGĂMÂNT. Cumpără, UTILIZEAZĂ PRODUSELE şi îşi petrec timpul învăţând multe despre produse şi afacere.
5. Au ŢELURI. Ele ajută oamenii să se orienteze spre un scop în viaţă şi creează dorinţa arzătoare de a realiza ceva.
6. Deţin o LISTĂ CU NUME. Lista trebuie SCRISĂ pe o foaie de hârtie, care se poate completa ulterior cu nume noi. De exemplu, îţi aminteşti de o cunoştinţă, îţi notezi numele ei pe listă şi după câteva zile, analizând lista, descoperi numele notat. Dacă nu l-ai fi scris, rămânea un nume uitat.
7. Este AMUZANT SĂ FII CU EI. Aşteaptă cu nerăbdare să-i vizitezi pentru afacere sau distracţie.
8. Sunt POZITIVI. Tuturor ne place să fim înconjuraţi de oameni cu gândire pozitivă - e contagios!

Caracteristicile de mai sus pot continua mult şi bine. Singura diferenţă evidentă dintre vaporul cu ARGINT şi cel cu AUR este că "vaporul cu argint" (distribuitorul nou) n-a fost suficient de

mult implicat în afacere ca să înţeleagă cât de serios trebuie să continue.

Aş dori să remarci acum **TREI CUVINTE IMPORTANTE.** Dacă înţelegi semnificaţia lor, atunci vei înţelege cum funcţionează un program MLM:



1) PREZENTAREA

2) IMPLICAREA

3) PROMOVAREA

Primul lucru pe care trebuie să-l faci este PREZENTAREA afacerii oamenilor tăi. După ce le-ai prezentat oportunitatea afacerii, trebuie să creezi condiţiile pentru IMPLICAREA lor în afacere. După ce i-ai înregistrat (sau recrutat) aceştia se vor gândi la modalităţile de PROMOVARE pe scara unei cariere de succes.

***PREZINTĂ-LE** conceptul şi afacerea MLM, prin explicarea modalităţilor de mişcare a produselor (vânzarea cu amănuntul, vânzările directe, MLM) şi cu ajutorul formulei 2 x 2 = 4 din prezentarea #1 (cap.II).*

***IMPLICĂ-I** în afacere, invitându-i într-o excursie cu maşina spre California cu ajutorul prezentării #3 (cap IV).*

***PROMOVEAZĂ-I** către succes, prin ajutorul tău permanent. Promovarea va fi de la sine înţeleasă, odată ce au învăţat şi folosesc cele 10 prezentări sintetice şi îşi văd ţelul în faţă. Este foarte important să realizeze că, dacă îi chemi la telefon sau îi vizitezi, o faci pentru ca să-i AJUTŢI şi nu pentru ca să-i ÎMPINGI din spate.*

Dacă ai de-a face cu persoane de tip "vapor gol", vei avea senzaţia că nu se prea bucură de vizita sau telefonul tău. Acest lucru demască foarte clar gândul lor ascuns, că doreşti să-i împingi din spate şi să-i presezi. "Vapoarele goale" se simt mereu vânate.

Pe de altă parte, "vapoarele cu aur" ştiu că sunt căutate pentru că doreşti să le ajuţi să ajungă mai repede la mal. Tonul vocii şi atitudinea de întâmpinare confirmă acest lucru. "Vapoarele goale" nu au ţeluri, nu au o listă de nume, sunt în mod clar neserioase şi pe deasupra negativiste. Ele sunt persoanele cărora trebuie să le motivezi tot timpul ceva. De notat că, atunci când se scufundă un "vapor gol", o va face singur sau, dacă lucrezi cu el, te va trage şi pe tine în adâncuri. De aceea, încercăm să ne instruim oamenii să se păzească de aceste "vapoare goale" şi să lucreze cu "vapoarele cu aur", sau cu "vapoarele cu argint", pe care să le ajute să se transforme în "vapoare cu aur". Ideal ar fi dacă ţi-ai consuma timpul ajutând mai mult "vapoarele cu aur" să-şi dezvolte structura.

În fine, "vapoarele goale" (nescufundate, deci care nu au ieşit din program) şi cele cu argint (care încă nu s-au transformat în aur) te vor vedea înaintând fără ele şi te vor chema în ajutor. Dacă atitudinea unei persoane este negativă, încercarea de a o opri din drum este imposibiliă - ea trebuie lăsată să se scufunde. Atunci când TE STRIGĂ, dorind să continue drumul împreună cu tine şi să se dezvolte în afacere, o poţi readuce la suprafaţă foarte uşor. Dar, dacă îţi asumi riscul să o readuci la suprafaţă (lucrând cu un "vapor gol" scufundat), ai toate şansele să rămâi şi tu scufundat.

➡ Iată un mod distractiv de comunicare cu distribuitorii: întreabă-i ce fac vapoarele lor, câte au cu aur, câte cu argint, etc...

UN LUCRU IMPORTANT DE MENŢIONAT:

Să nu telefonezi NICIODATĂ unui distribuitor nou ca să-l întrebi CÂT A VÂNDUT săptămâna trecută!

Dacă totuşi o faci, înseamnă că tot ceea ce i-ai spus până acum este o minciună, deoarece chiar la început i-ai specificat că nu trebuie să vândă. El trebuie doar să ÎMPARTĂ produsele cu prietenii, să SPONSORIZEZE şi să CONSTRUIASCĂ o structură. Dacă îl întrebi cât a vândut, se va gândi că eşti interesat numai de bani şi, probabil, are dreptate.

Banii vor apărea automat, dacă îţi AJUŢI OAMENII să aibă SUCCES. Cunoscutul scriitor american Zig Ziglar explică acest fenomen astfel: *"Poţi avea orice doreşti pe lume, dacă pur şi simplu AJUŢI ALŢI OAMENI să obţină ceea ce doresc".*

Un exemplu: dacă doreşti să vorbeşti cu un distribuitor sponsorizat direct, vorbeşte mai întâi cu un colaborator de-al său şi întreabă-l dacă îl poţi ajuta cumva. După aceea cheamă distribuitorul tău direct şi spune-i că ai vorbit cu un colaborator foarte entuziasmat şi că doreşti să îl ajuţi să-şi dezvolte afacerea. Demonstrează oamenilor că doreşti să-i AJUŢI atunci când îi suni, nu să-i verifici. Verificarea este sarcina managerului din companiile de vânzări directe. Noi nu suntem implicaţi în vânzări directe, ci în Multi-Level Marketing, ceea ce ar trebui să ştii deja.

Ca să închei prezentarea de faţă, trebuie să subliniez că cititorii mei nu sunt "vapoare goale". În orice caz, după citirea cărţii probabil că nu vor mai fi. Dacă înainte ai fost totuşi un "vapor gol", după parcurgerea cărţii ai devenit sigur un "vapor cu aur" sau cel puţin cu argint, care în curând va deveni un VAPOR CU AUR.

"Cu toate pânzele sus !"

DE REŢINUT

➡ **Distribuitorii** sunt ca nişte "vapoare" încărcate cu aur, argint sau sunt goale. Trebuie să lucrezi cu **"vapoarele cu aur"**.

➡ Trei cuvinte cheie pentru a înţelege conceptul MLM: **prezentare, implicare, promovare**

CAPITOLUL VII

Prezentarea sintetică #6

INVITAREA CELEI DE-A TREIA PERSOANE

SUBIECTUL acestei prezentări este prospectarea pieţii, fiind strâns legat de prezentarea sintetică precedentă (#5), intitulată sugestiv "VAPOARE PE MARE".

Noi am denumit prospectarea pieţii mai simplu, şi anume, **invitarea celei de-a treia persoane**. Este important să afli ce reprezintă această invitaţie şi cum să o faci, deoarece trebuie să le explici şi oamenilor tăi acelaşi lucru.

Iată despre ce este vorba:

Să presupunem că, deşi o cunosc pe Carol, totuşi NU o voi întreba dacă este interesată să câştige ceva bani în plus. Motivul pentru care nu o fac, chiar dacă Carol ar dori să câştige nişte bani, este că ea nu vrea să creeze impresia că ar avea probleme financiare, deci îmi va răspunde: *"Nu, în mod sigur nu sunt interesată"*.

Dar, ceea ce TREBUIE într-adevăr să fac, este să merg la Carol şi să-i spun cam aşa: "Carol, am pornit într-o afacere interesantă şi cred că ai putea să mă ajuţi. CUNOŞTI PE CINEVA care ar fi interesat să câştige ceva în plus?" (sau "... să aibă încă un serviciu")

De observat că am apelat fictiv la o altă persoană – CINEVA, întrebând-o dacă ea CUNOAŞTE PE CINEVA.

Fă un experiment. Înteabă zece persoane cunoscute (vânzătorul, băcanul, frizerul, etc.) dacă nu ŞTIU PE CINEVA care ar dori să câştige ceva bani!

Aşteaptă să vezi cum vor reacţiona şi vei auzi un răspuns relevant. Cele mai multe răspunsuri vor fi probabil: *"Şi ce-i cu asta?"*. Motivul pentru care răspund astfel, este că persoanele pe care ei le cunosc că ar dori să câştige bani, sunt chiar EI ÎNŞIŞI. Imediat vor dori să cunoască detalii despre ofertă, ca să ia o decizie.

Atunci când întreabă *"Şi ce-i cu asta?"*, nu trebuie să le satisfaci curiozitatea dintr-o lovitură, expunându-le imediat afacerea. Unii se vor simţi ofensaţi dacă sunt "căraţi" la cineva acasă pentru o oră şi jumătate de informare, în timp ce ei nu au idee de ce au fost duşi acolo. (Unele firme chiar îşi instruiesc oamenii să nu spună nimic.)

Replica ta la curiozitatea lor afişată va fi: *"Cunoaşti ceva despre Multi-Level Marketing?"* Ei vor răspunde ori *"Da"* ori *"Nu"*. Dacă vor răspunde afirmativ, întreabă-i ce ştiu despre aceasta şi intră într-o DISCUŢIE GENERALĂ despre MLM. Argumentează cu detalii din capitolul I ("Introducere în MLM") şi scoate în evidenţă avantajele şi caracteristicile activităţii distribuitorilor MLM.

NUMAI după această discuţie generală invită-i undeva să ia loc (dacă mai sunt interesaţi) pentru a le oferi mai multe detalii despre AFACEREA DEOSEBITĂ în care eşti implicat. Explică-le că nu este nevoie decât de o oră ca să le prezinţi ÎNTREAGA POVESTE. Nu încerca să-i bombardezi cu programul tău la un colţ de stradă sau atunci când de fapt ar trebui să lucreze (în timpul serviciului). ATENŢIE! Dacă nu relatezi ÎNTREAGA POVESTE despre afacere îi aduci într-o stare de confuzie, cu suficiente informaţii pentru ca să spună "NU" şi insuficiente informaţii pentru ca să spună "DA".

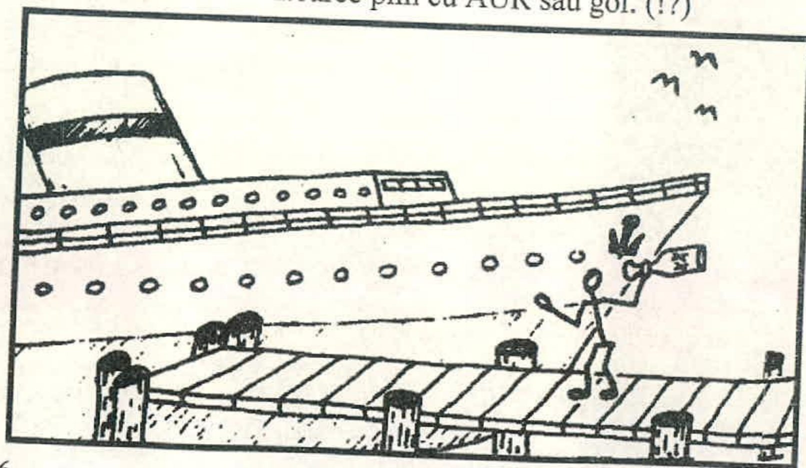
Dacă urmăreşti cum se face instruirea oamenilor tăi, nu va fi nevoie să mai cauţi alţi oameni sau să mai prospectezi piaţa. Pe parcursul ajutorului dat distribuitorilor sponsorizaţi de tine, vei ajunge în mijlocul oamenilor, cărora le vei putea vorbi despre

Multi-Level Marketing, introducându-i în afacere. Majoritatea oamenilor au o oarecare reținere sau timiditate în a face așa ceva, deoarece le este frică să nu primească un răspuns negativ. Această frică se mai numește TEAMA DE RESPINGERE.

Un exemplu edificator l-ar putea constitui o școală de dans! Să spunem că un băiat, care ia parte prima dată la o lecție de dans, traversează încet sala și invită o fată la dans. Fata îi răspunde politicos că nu dorește să danseze cu el, așa că băiatul se întoarce, RESPINS, la loc și nu va mai invita nici o fată la dans. El ar putea jura că toată sala A VĂZUT cum a fost refuzat. Nimănui nu-i place să fie refuzat. În același timp, un alt băiat invită o fată la dans, dar dacă este refuzat, acesta invită o altă fată și apoi încă una ... până când va dansa toată seara.

Pentru a PREÎNTÂMPINA "teama de respingere" după primul eșec, aș dori să fii în stare să te detașezi de această idee (să-ți "păcălești" mintea), astfel ca să poți aborda cât mai mulți oameni.

Acest exercițiu mintal se face imaginându-ți că te afli pe docul unui port, unde aștepți să ți se întoarcă vaporul din cursă. Îți reamintești cum l-ai lansat, cu câteva luni în urmă, pe mare și te întrebi dacă se va întoarce plin cu AUR sau gol. (!?)



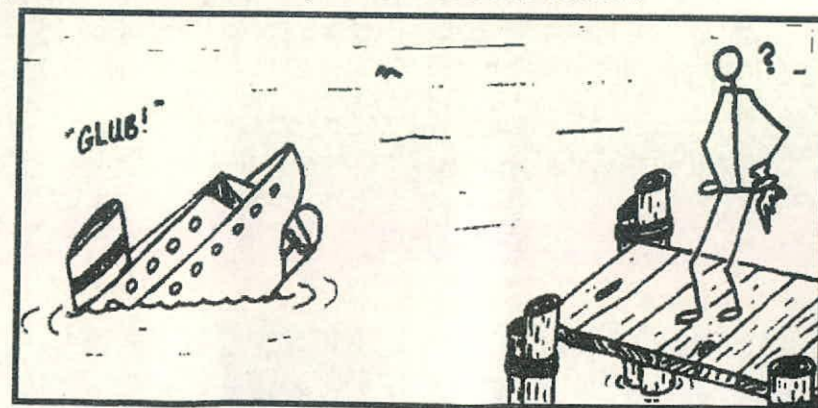
De fapt, ar fi trebuit SĂ LANSEZI mai multe vapoare pe mare, deoarece un singur vapor se poate întoarce fără nici o încărcătură sau poate naufragia și nu te vei alege cu nimic! Cu cât lansezi mai multe vapoare, cu atât șansele ca unele din ele să se întoarcă încărcate cu AUR sunt mai mari. Știi foarte bine că singurele vapoare cu care ar trebui să lucrezi sunt cele încărcate cu AUR.

În subconștientul oamenilor care n-au lansat niciodată un vapor la apă, nu există ideea unui eșec care să le poată marca viața și să le trezească frica.

Să observăm ce se întâmplă la rampa de lansare a vapoarelor și cum putem interpreta acest exercițiu. Atunci când întrebi pe cineva dacă CUNOAȘTE PE ALTCINEVA care ar dori să câștige niște bani în plus, tocmai ai lansat un vapor de pe rampă. Dacă acel cineva răspunde, *"Nu, nu cunosc pe nimeni"*, dă-i următoarea replică: *"Bine, dar dacă vei întâlni o astfel de persoană, fii amabil și spune-i să mă sune!"* (După care înmânează-i cartea ta de vizită).

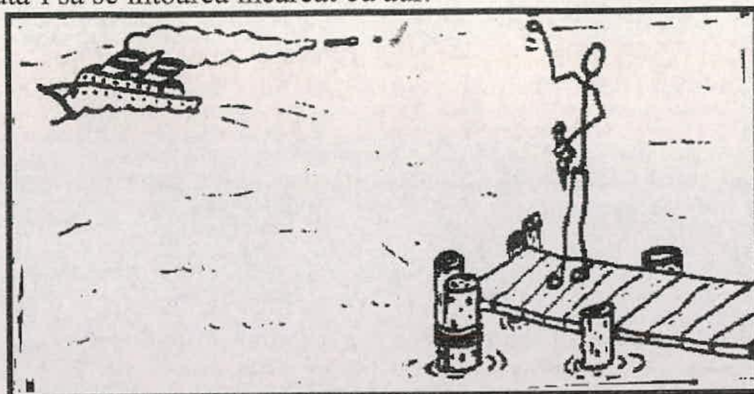
Procedând astfel, nu ești respins și rampa de lansare rămâne pregătită pentru următoarea ocazie.

Lansarea la apă a unui vapor poate să aibă două rezultate posibile: ori VA PLUTI, ori SE VA SCUFUNDA.



Dacă SE SCUFUNDĂ, ce-ți pasă. Doar ai rămas pe chei!

Dar, dacă PLUTEŞTE e nemaipomenit! Expediază-l în larg şi ajută-l să se întoarcă încărcat cu aur.



După prezentările sintetice #5 şi #6, oamenii îți vor spune că doresc şi ei să devină "vapoare cu aur". Motivul pentru care îți vor spune aşa, este determinat de afirmația ta că vei lucra numai cu VAPOARE CU AUR. În fine, ar dori SĂ LUCREZI EFECTIV cu ei.

Nu uita de avantajele invitației celei de-a treia parsoane!

DE REȚINUT

- **Invitarea celei de-a treia persoane** înlătură frica de respingere în procesul recrutării şi sponsorizării.
- **Prospectarea pieții** se face prin abordarea unui număr mare de oameni, până vei găsi "vapoarele cu aur".

CAPITOLUL VIII

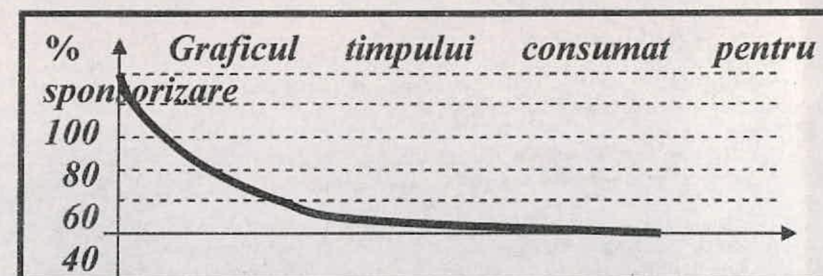
Prezentarea sintetică #7

CUM ÎȚI FOLOSEŞTI TIMPUL

Această prezentare este foarte importantă, deoarece se ocupă de un factor ireversibil din viața omului: TIMPUL

Managementul eficient al timpului este o artă pe care fiecare o poate însuşi prin perseverență şi instruire.

În graficul de mai jos am trasat o curbă care reprezintă timpul consumat pentru sponsorizare în funcție de lunile de activitate într-o afacere MLM. Altfel spus, graficul sugerează cum să-ți investeşti timpul, pornind de la 100 % în luna de start şi ajungând spre valori mai mici pe măsură ce îți construieşti structura.



"Dar", vei întreba, *"n-ar trebui mai bine să-mi petrec timpul învățând, din moment ce primele săptămâni constituie PERIOADA mea de INSTRUIRE?"* Ai dreptate, însă aminteşte-ți că ajutorul primit de la sponsorul tău ca să sponsorizezi, face parte din instruire. Vei fi un sponsor recunoscut, chiar dacă sponsorul tău te mai ajută.

În programele MLM poți sponsoriza alte persoane, imediat după ce ai fost sponsorizat.

Când te implici prima dată într-o afacere MLM, persoana TA reprezintă afacerea. Dacă doreşti ca afacerea să aibă succes, ştii deja că trebuie să găseşti 5 OAMENI SERIOŞI, pe care să-i sponsorizezi.

Pentru a-i găsi pe cei 5 distribuitori din linia ta frontală, probabil că va trebui să sponsorizezi mai mult de 5 persoane. Cu timpul, durata necesară sponsorizării scade. De ce? Pentru că brusc vei găsi o persoană serioasă ... apoi alte două ... apoi trei ... patru şi când ai găsit 5 nu trebuie să-ţi mai pierzi timpul căutând.

Din acel moment, îţi vei consuma timpul INSTRUIND cele 5 persoane de bază (vapoarele cu aur) cum să sponsorizeze şi îi vei instrui, de asemenea, cum să-şi înveţe oamenii să sponsorizeze. După ce aceştia ajung la nivelele 3 sau 4 în adâncime în construirea structurilor proprii şi nu mai au nevoie de ajutorul tău, poţi căuta o altă persoană serioasă pentru sponsorizat.

Când vei avea 5 persoane serioase, ar trebui să-ţi împarţi timpul astfel: 95 % lucrând cu ei, 2,5% servind clienţii trimişi de prietenii tăi şi 2,5% "semănând seminţe". În acest mod, când una (sau mai multe) dintre cele 5 persoane serioase s-a "copt", deci nu mai e nevoie să o uzi şi să o îngrijeşti, trebuie să te ocupi de "seminţele" pe care le-ai semănat şi să le ajuţi să încolţească.

Aş dori să fii conştient că 100 % din timpul tău va fi dedicat mişcării produselor. Este rezultatul natural al muncii cu oamenii tăi. Aceasta constituie, de fapt, activitatea de "vânzare"din afacere, sau cum ne place s-o denumim, "ÎMPĂRŢIREA" produselor.

DE REŢINUT

➧ **Timpul alocat sponsorizării** scade pe măsura dezvoltării afacerii, dacă lucrezi cu 5 oameni serioşi în structură

CAPITOLUL IX

Prezentarea sintetică #8

ENTUZIASMUL ESTE MOLIPSITOR

În această prezentare vrem să vedem cum se poate dezvolta entuziasmul la partenerii de afacere. Pentru aceasta, vom folosi un sinonim al cuvântului "entuziasm", şi anume "înflăcărare". De aici, o altă variantă a titlului prezentării ar fi şi titlul "FLĂCĂRILE".



Presupun că ai luat parte la un foc de tabără într-un camping. Ai putut observa că, dacă separari buştenii, focul se stinge. Dar, dacă-i aşezi împreună, flăcările izbucnesc din nou.



Deci, dacă ai numai UN BUŞTEAN, nu obţii NIMIC.

Dacă ai DOI BUŞTENI, poţi obţine în sfârşit o flamă.

Cu TREI BUŞTENI vei avea până la urmă un FOC adevărat.

Dar, dacă mai pui unul alături, vei avea PATRU BUŞTENI, care vor da naştere la nişte FLĂCĂRI PUTERNICE.



Oamenii se comportă la fel. Trebuie doar să observi ce se întâmplă la prima întrunire, pe care o ai alături de sponsorul tău (de exemplu într-un restaurant), la care soseşti primul.

La început nu se întâmplă nimic (eşti singur), deşi ai venit destul de entuziasmat la întrunire.



Pe măsură ce se adună lumea, vei vedea câtă ENERGIE se acumulează în aer.

Când soseşte sponsorul tău (sunteţi deja doi) se poate observa ceva MAI MULTĂ ENERGIE!

Dacă mai soseşte o persoană (a treia la intrunire), ENERGIA CREŞTE şi mai mult!

Când soseşte a patra persoană – atmosfera din local este deja încărcată de energie! Noi numim această situaţie deosebită **SINERGIE** sau "APRINDEREA ENTUZIASMULUI". Avem de-a face cu nişte "flăcări dezlănţuite" sau, altfel spus în cazul nostru, cu "ÎNTRUNIRI ÎNFLĂCĂRATE".

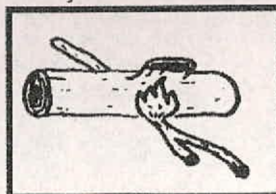
Revenind la exemplul cu focul de tabără, toată lumea ştie că "sfârâiala focului vinde friptura", ceea ce pentru noi înseamnă că un program MLM bine prezentat se vinde de la sine!

Acum, dacă ştii cum poţi entuziasma oamenii, nu ai decât să te aşezi într-un loc adecvat, împreună cu sponsorul, în mijlocul oamenilor tăi şi să le expuneţi prezentările sintetice. Entuziasmul vostru se va răsfrânge cu siguranţă şi asupra lor.

Un loc ideal pentru astfel de întâlniri este restaurantul. Alege o perioadă din zi când nu este aşa aglomerat, în jurul orei 10 dimineaţa sau 2 după amiaza. Poţi chiar să stabileşti o oră, pentru ca oamenii tăi să ştie unde te pot găsi în timpul săptămânii. Este ca şi cum fiecare ar aduna lemne pentru foc sau buşteni pentru un rug de flăcări.

Dacă la o astfel de întâlnire participă o persoană sceptică (adică un "lemn ud") şi o vei introduce în "flăcări" (ca să-i aprinzi entuziasmul), se va usca şi va arde repede în foc.

Deci, ce se întâmplă când eşti singur şi nou în afacere şi vorbeşti cu o persoană sceptică? Este exact ca şi când ai încerca să aprinzi un lemn ud şi nu obţii nimic.



Să presupunem că eşti o "ramură" proaspăt implicată în afacere. Sponsorul tău, fiind implicat mai de mult, este un BUŞTEAN. Dar, un BUŞTEAN şi cu o

RAMURĂ pot da naştere la o FLAMĂ. Doar simplul fapt că ai pe cineva lângă tine poate schimba deja situaţia. El poate servi drept "mediu" pentru retransmiterea mesajelor.

De exemplu, dacă aş dori să-i comunic ceva direct lui Joe, s-ar putea ca el să nu "audă" ceea ce îi spun. Dar, dacă mă adresez lui Carol, ştiind că Joe ascultă sau "trage cu urechea" ... informaţia mea va ajunge la Joe! Este uluitor cât de repede prind oamenii din conversaţii la care iau parte pasiv, mult mai repede decât dacă te adresezi lor direct.

Un alt fapt interesant: "flăcările entuziasmului" devin mult mai energice într-un restaurant!

Există oameni curioşi de felul lor, care-şi "ciulesc urechile" la conversaţiile altora. Îi poţi detecta uşor în jurul tău, după ţinuta pe care o au, lăsându-se pe spate şi încercând să audă cât mai mult, etc. Fii atent, că unii dintre aceşti oameni pot fi foarte interesaţi. După ce ai terminat întâlnirea, nu strică să mai rămâi ÎNCĂ PUŢIN la masă, ca să le dai ocazia să se apropie. Fiind timizi sau neîncrezători, ei nu îndrăznesc să intervină, până când te mai afli împreună cu ceilalţi.

Să vedem cum decurge o astfel de întrunire!

La începutul unor "şedinţe" pentru aprinderea entuziasmului, fiecare poate povesti ceva pozitiv despre produsele în cauză şi despre structură. Ar fi bine să nu discuţi altceva în afară de afaceri, atâta timp cât eşti împreună cu ei, pentru a nu divaga de la tema întrunirii. Nu încerca, bineînţeles, să rezolvi crizele Orientului Mijlociu şi nici alte probleme internaţionale. Disputele pe teme politice pot duce la "stingerea" completă a entuziasmului primar!

Scopul adevărat pentru care te afli acolo este să dai ocazia unor schimburi de idei între participanţi, pentru ca lumea să înveţe două lucruri despre afacere:

- cum să-şi construiască propria afacere şi

- cum să discute cu oamenii din structură despre dezvoltarea afacerii.

La sfârşitul întrunirii, închei spunâdu-le ceva de genul acesta: *"Gândiţi-vă! Nu trebuie să muncim mai mult decât până acum!"* Această remarcă este foarte bine venită, mai ales pentru persoanele din grupul tău care au serviciu şi care erau tocmai în pauza de masă.

La despărţire mai poţi adăuga următoarele: "Ne vedem mai târziu, reflectaţi până atunci la ceea ce v-am spus!"

S-ar putea să fii întrerupt de cineva, care ţine neapărat să adauge, *"Da, ştiu! Nu trebuie să lucrezi mai mult decât ai lucrat şi tu până acum!"*, după care persoana respectivă va dori să ajungă cât mai repede în aceeaşi poziţie din afacere ca tine.

DE REŢINUT

➧ **Entuziasmul este molipsitor**, dacă ştii să creezi ambianţa necesară pentru "înflăcărarea" colaboratorilor.

➧ Întâlnirile pentru **aprinderea entuziasmului** prospectanţilor şi distribuitorilor MLM reprezintă un mijloc ideal de schimb de idei pentru dzvoltarea afacerii.

CAPITOLUL X

Prezentarea sintetică #9

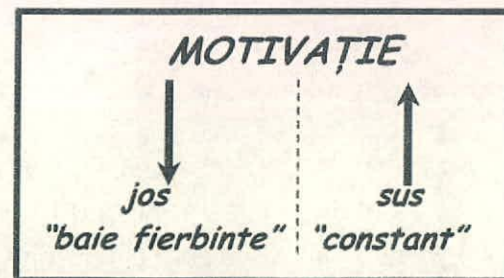
MOTIVAŢIE ŞI ATITUDINE

Una dintre cele mai importante prezentări sintetice este cea despre MOTIVAŢIE. Aceasta îţi va oferi o excelentă înţelegere a factorilor care motivează activităţile oamenilor. Vei învăţa cum să lucrezi cu oamenii tăi pentru a-i determina să fie motivaţi şi cum să-şi formeze o atitudine pozitivă faţă de afacere.

Prezentarea începe prin a scrie cuvântul MOTIVAŢIE în partea de sus a paginii. Apoi, desenează două săgeţi, una orientată în jos şi alta în sus, ceea ce arată că există două tipuri de motivaţii, aferente celor două săgeţi:

MOTIVAŢIE ASCENDENTĂ şi

MOTIVAŢIE DESCENDENTĂ.



Fiecare din cele două tipuri de motivaţii poate fi caracterizată prin asemnănarea cu temperatura apei dintr-o cadă de baie, astfel cea descendentă este ca o baie cu apă "fierbinte", în timp ce motivaţia ascendentă este ca o baie cu temperatură "constantă".

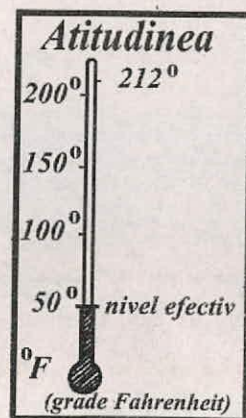
Explicaţia este următoarea: probabil că mulţi oameni au fost instruiţi în şedinţele "gung-ho" de stimulare a motivaţiei personale, cum să-şi recapete puterea şi decizia de a continua munca în programele în care au fost implicaţi. Apoi au realizat

că, în câteva săptămâni sau luni, implicarea lor nu a mai fost aşa de mare (motivaţia "s-a răcit"). Se ştie că, dacă faci o baie fierbinte, cu cât apa este mai fierbinte, cu atât simţi că te răcoreşti mai repede.

Am cunoscut oameni care, după ce au luat parte la acele "raliuri" de automotivaţie timp de 3 zile, erau total deprimaţi după numai două săptămâni. De ce? Pentru că timp de 3 zile au fost hiperactivi, cu o motivaţie reală - dar nimeni nu le-a spus CE şi CUM trebuie să facă pentru a avea succes! Din această cauză urmează deprimarea şi scăderea motivaţiei.

Chiar şi simpla citire a acestei cărţi este ca o "baie fierbinte" (dar te voi aduce treptat la o motivaţie ascendentă!). Participarea la seminarii, la întâlniri cu sponsorul tău, citirea unei cărţi, mişcarea produselor, completarea cunoştinţelor – toate acestea sunt diverse forme de "baie fierbinte", care nu este altceva decât motivaţie descendentă. Nu se poate spune că sunt rele - fiindcă totuşi sunt necesare.

Înainte de a vorbi despre MOTIVAŢIA ASCENDENTĂ, aş dori să spun ceva despre **ATITUDINE**.



Să spunem că doreşti să prezinţi cuiva afacerea. Această persoană nu ştie nimic despre afacere, aşa că nivelul atitudinii sale este zero. Să considerăm că atitudinea ta trebuie să fie la nivelul de 50 de grade Fahrenheit[7] pentru ca să fii eficient în discuţie. Dacă nivelul atitudinii tale este mai scăzut decât 50 de grade, nu este indicat să vorbeşti nimănui despre afacere, deoarece te vei "răci" şi tu.

Dacă persoana pe care doreşti să o sponsorizezi participă la prezentare, semnează formularul de

[7] cca 10 grade Celsius

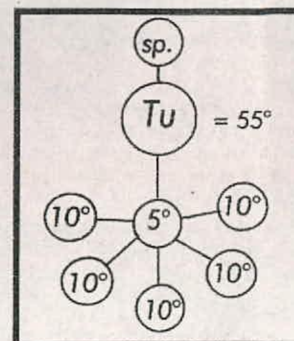
aderare la afacere şi, foarte entuziasmată, doreşte să înceapă afacerea, ea se află pe drumul ascendent al atitudinii, mai sus de 65°F şi are de gând să devină BOGATĂ! Înainte de a avea posibilitatea să înveţe ceva, începe să vorbească cu oamenii. Din păcate, neştiind cum să se comporte, când ajunge să se confrunte cu oameni sceptici şi negativişti, devine şi ea negativistă.

Această influenţă negativă se datorează, în general, rudelor şi prietenilor, care au fost avut experienţe negative, fiind deziluzionaţi că au semnat un contract cu cineva care a încercat să se îmbogăţească pe spinarea lor. Aceştia n-au avut parte de sponsori "reali", care ar fi trebuit să-i ajute să-şi consruiască o afacere MLM.

Ce se întâmplă atunci? Ei vor coborî sub nivelul celor 50°F. În consecinţă, trebuie să te reîntâlneşti cu ei, să le răspunzi la întrebările şi obiecţiile pe care le-ar putea avea, după care atitudinea lor probabil va urca din nou la 70°F. De data aceasta se vor menţine sus ceva mai mult timp, până când vor obosi şi vor cădea din nou sub 50°F. Desigur te întrebi, cum poţi menţine TOT TIMPUL un nivel constant al atitudinii (la 50°F)? Cu alte cuvinte, ce să faci ca să nu oscilezi sus-jos ca un "hopa-mitică", ci să rămâi cu o ATITUDINE CONSTANTĂ?

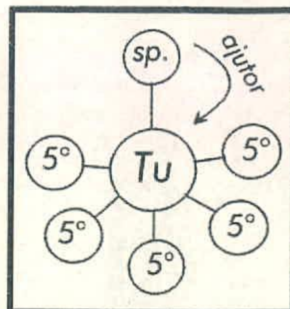
Răspunsul este clar: trebuie să-ţi construieşti o MOTIVAŢIE ASCENDENTĂ, deoarece aceasta este constantă!

Să vorbim acum despre **MOTIVAŢIA ASCENDENTĂ**.

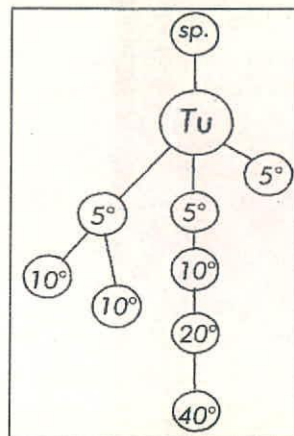


Dacă ai un sponsor (notat în figură "sp.") care te va ajuta efectiv, va sponsoriza câţiva oameni pentru tine. Să începem cu cinci persoane, care au un nivel de 5° al atitudinii faţă de afacere. Deci, când sponsorizezi cinci persoane, TU ai doar 25° de grade. Una din greşelile care trebuie evitate este că, dacă sponsorizezi mai multe persoane

decât numărul cu care poţi lucra, nu obţii decât încă 5° pentru fiecare, dar rişti să-i pierzi în scurt timp.



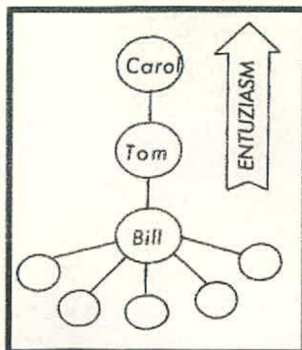
În continuare, dacă sponsorul te-a ajutat să sponsorizezi cinci persoane, TU trebuie să le ajuţi să sponsorizeze şi ele fiecare încă 5, pentru a obţine 5° în plus. Cele cinci grade ale lor devin 10 grade pentru tine. Fiecare persoană de pe nivelul doi al structurii îţi va aduce 10 grade. De remarcat că, dacă ajuţi numai o singură persoană (din cele 5) să sponsorizeze alte 5 persoane, vei obţine în total peste 50°F.



Dar, ce se întâmplă când vei sponsoriza cu un nivel mai mult?

Nivelul al treilea reprezintă 20°, al patrulea 40° şi cu cât pătrunzi mai adânc, cu atât atmosfera este mai fierbinte! Acest fenomen devine clar numai în momentul implicării directe, de aceea este de dorit ca oamenii tăi să înceapă cât mai repede. Fiind implicaţi direct ei se vor ENTUZIASMA!

Iată un astfel de exemplu: Carol îl sponsorizează pe Tom, iar Tom pe Bill. Carol îl cheamă la telefon pe Bill şi află că a sponsorizat 5 oameni serioşi săptămâna trecută - deci Bill este eficient în această afacere!

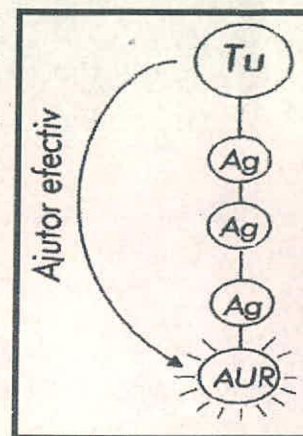


Ceea ce va urma este creşterea entuziasmului pe linia ascendentă a structurii şi se poate observa săgeata din figură orientată în sus, care se traduce prin MOTIVAŢIE ASCENDENTĂ. În concluzie, trebuie

să ajuţi oamenii pe care i-ai sponsorizat, să îşi SPRIJINE colaboratorii.

Există doar o singură EXCEPŢIE de la această regulă, care îţi arată **cum se poate stimula** creşterea entuziasmului în stuctură.

Atunci când sponsorizezi pe cineva în afacere, această persoană devine un "vapor cu argint". Am vorbit în prezentarea #5 despre motivele pentru care începătorii sunt ca "vapoarele cu argint". Ei sunt entuziasmaţi de afacere, dar încă nu o iau destul de serios.



Întrucât fiecare din distribuitorii tăi are cel puţin un prieten, adună-ţi oamenii şi ajută-i să-şi sponsorizeze prietenii. Astfel, şi aceştia vor intra în afacere ca "vapoare cu argint". Apoi, SPRIJINĂ-I să-şi sponsorizeze prietenii până la nivelul trei sau chiar mai adânc în structură. La un moment dat, undeva în josul structurii, pe treapta a treia sau a patra, vei găsi pe cineva care se va transforma într-un "VAPOR CU AUR".

În continuare, va trebui să lucrezi cu acest AUR - singurul aur pe care-l ai pe această linie de sponsorizare. Lucrând cu "vaporul cu aur", "vapoarele cu argint" se vor transforma şi ele în AUR. Deci, ca să transformi argintul în aur, caută pe cineva pe un nivel mai jos, care pare a fi mai "strălucitor". Dacă această persoană se descurcă uşor (este AUR pur), "vapoarele cu argint" care au sponsorizat-o vor spune: *"Vezi! E mai bine să acţionăm împreună ..."*

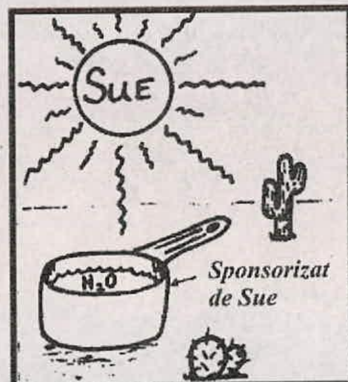
Nimic nu motivează oamenii mai mult, decât să aibă pe cineva în structură care FACE CEVA. Se spune că: *"Poţi stimula mai rapid şi mai eficient oamenii punându-le o lumânare sub fund, decât o torţă pe cap."*

Să analizăm dezvoltarea structurii!

Singurul lucru pe care NU trebuie să-l faci este să nu dezvolţi dependenţa persoanelor faţă de tine. Acestea nu trebui să fie dependente tot timpul, deoarece afacerea nu va merge.

Vine un moment de la sine când aceste persoane nu mai au nevoie de ajutorul tău. Noi spunem că sunt independente, atunci când aceste persoane îşi pot instrui oamenii cum să expună cele 10 prezentări sintetice - atunci putem spune că ştiu tot ce e necesar pentru dezvoltarea unei structuri puternice. Din acest moment poţi să cauţi o altă persoană serioasă de bază, de care să te ocupi.

De exemplu:



Dacă ai sponsorizat-o pe Sue, îi poţi spune astfel: "Sue, tu eşti ca un soare. Soarele are mai multă energie decât orice altceva pe lume". (Este un fel de a face un compliment indirect). Apoi, vei continua aşa: "Persoana pe care tu (Sue) o vei sponsoriza este ca un vas cu apă." (Notă: Deşi tu ai sponsorizat-o pe Sue, nu trebuie să-ţi asumi rolul soarelui şi nici să-i spui că ea ar fi ca un vas cu apă, fiindcă nu o vei flata ....)

Aşadar, în grupul tău se află un "soare". La ce temperatură va începe să fiarbă apa stând la soare?

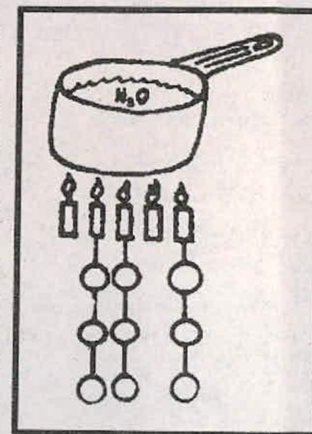
Dacă iei un vas cu apă şi-l aşezi în mijlocul deşertului, în cea mai călduroasă zi a anului, apa tot nu va fierbe. Apa va fierbe numai la 212°F[8]. Nu va fierbe nici la 210°F, nici la 211°F, ci doar la 212°F.

Să fac aici următoarea observaţie:

[8] *adică 100 grade Celcius*

Dacă atitudinea ta este la 212°F şi sunt necesare doar 50° pentru a fi eficient, atunci înseamnă că poţi vorbi cu oricine şi oricând despre ceea ce faci. Aceasta este direcţia în care trebuie să se îndrepte atitudinea ta. Dar, după cum soarele nu poate face să fiarbă apa - nici sponsorul tău nu o poate face. Mai mult, nici una din motivaţiile de tip "baie fierbinte" nu o pot face!

Chiar dacă s-ar întruni toate somităţile din toate companiile MLM într-un oraş, iar tu te vei întâlni cu ele, apa din vasul tău nu va fierbe niciodată. Aceşti oameni importanţi pot să-ţi ridice nivelul atitudinii peste 50 de grade, dar depinde doar de tine dacă va fierbe apa în vas. Şi nu uita că sponsorul te va ajuta.



Cu alte cuvinte, în cercul tău de prieteni există oameni pe care sponsorul tău nu-i cunoaşte. Cu toate acestea, sponsorul te va însoţi şi te va ajuta să-i sponsorizezi. Deîndată ce ai sponsorizat o persoană, ai aprins focul sub vas. Cu alţi 5 oameni sponsorizaţi, ai un vas aşezat pe cinci focuri, ceea ce reprezintă numărul maxim de focuri pe care vasul poate efectiv să le acopere. Dar, apa încă tot nu fierbe, deoarece temperatura este de numai 25°, iar oamenii tăi n-au sponsorizat deocamdată pe nimeni.

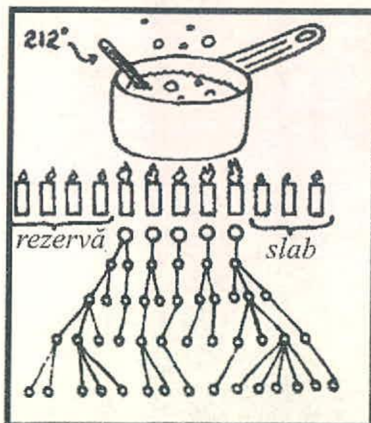
Dacă trei dintre ei îşi vor dezvolta structura până la nivelul 3 în jos, sau dacă 2 dintre ei vor ajunge la nivelul 4 cu sponsorizarea, sau dacă unul va ajunge la nivelul 5, atunci apa începe să fiarbă.

Orice combinaţie care produce 212°F sub vas va face ca apa să fiarbă. În momentul în care apa fierbe, soarele (sponsorul) poate pleca şi apa va continua să fiarbă.

Practic, odată ce ai arătat unei persoane această schemă, atunci când o vei chema la telefon, persoana va înțelege că suni ca să o ajuți. Desigur, nu o suni ca să-i trântești o torță în cap, ci ca să vezi dacă poți aprinde un nou foc sub vas sau dacă trebuie să intensifici focul deja aprins. Bineînțeles că dorești să o ajuți să aducă apa din vasul ei la temperatura de fierbere. Cu cât pătrunzi mai profund în structură, cu atât focul este mai puternic.

În toate programele Multi-Level Marketing, atunci când vasul cu apă al unei persoane din structura ta este în fierbere situația este similară cu exemplul anterior. Nu uita că ai mai sponsorizat între timp alți oameni. Primul care fierbe nu este neapărat primul sponsorizat. Este primul care a fost serios și a pătruns în structură, continuând să muncească.

Când apa fierbe, poți continua să lucrezi cu alți 5 oameni serioși. Observă că vasul poate sta numai pe 5 focuri în același timp (se poate face un calcul asemănător cu "2 x 2 = 4" din prima prezentare sintetică, capitolul II).



Repet! Chiar dacă ai 15 persoane sponsorizate în afacere, poți lucra efectiv numai cu 5 persoane serioase. Orice încercare de a lucra cu mai mult de 5 colaboratori direcți diminuează șansele de reușită pentru primii 5.

Ce se întâmplă totuși cu celelalte persoane? Le trecem în rezerva listei de nume!

În acest caz, atunci când apa fierbe pe unul sau mai multe focuri ale celor 5 persoane serioase, înainte de a căuta să mai sponsorizezi o persoană în plus, fă o excursie în zona focurilor de rezervă și spune oamenilor despre ce este vorba. Probabil vei afla că, deși pe vremea când le-ai sponsorizat inițial nu erau destul de serioase pentru afacere, acum sunt pregătite pentru aceasta. Poate au așteptat să vadă cum lucrează programul tău, așa că merită să te interesezi din când în când și de starea motivației acestor rezerve.

DE REȚINUT

- **Motivația ascendentă** conferă stabilitate afacerii
- **Atitudinea pozitivă** față de afacere se menține cu o motivație constantă ascendentă.
- Orice încercare de a lucra eficient cu mai mult de 5 colaboratori direcți diminuează șansele de reușită pentru primii 5!

CAPITOLUL XI

Prezentarea sintetică #10

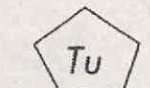
PENTAGONUL CREŞTERII

Aceasta prezentare este ultima din seria clasică **"10 Napkin Presentations"**.

Numărul 5 a fost numărul magic al acestei cărţi, motiv pentru care prezentarea finală va constitui o excursie nostimă, efectuată pe laturile unui pentagon, corelată cu un exerciţiu matematic ce poate conduce spre definirea unei MOTIVAŢII personale la sfârşitul prezentărilor.

Denumit *"Pentagonul al creşterii"*, el va releva un aspect important al vitezei de creştere a structurii tale, dacă respecţi principiile enunţate în această carte.

Prima lună

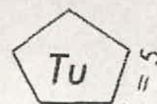


"Pregătire"

Pentru început, desenează un pentagon şi scrie "Tu" în mijlocul lui. Pentagonul este nucleul structurii tale. Acordă-ţi o lună pentru perioada de pregătire, considerând că este suficient pentru demararea afacerii.

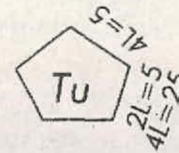
Excursia va avea loc în viitor, calculând dezvoltarea structurii din 2 în 2 luni. Vom obţine o altă imagine a puterii numerelor în Multi-Level Marketing. (Se poate folosi totuşi orice perioadă de timp pentru calcul.)

După 2 luni



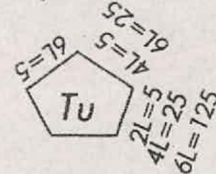
Începi afacerea şi, după 2 luni de la terminarea perioadei de pregătire, reuşeşti să sponsorizezi **5 persoane** care doresc în mod real să reuşească în viaţă. (Scrie 2L=5, pe una din laturile pentagonului, ca în figura alăturată.) În această perioadă, începi să-i înveţi pe cei 5 cum să sponsorizeze şi ei.

După 4 luni



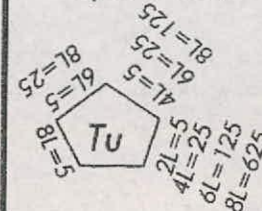
În următoarele 2 luni (mai exact după patru luni de la startul activităţii) cele 5 persoane sponsorizate de tine în primele 2 luni, îţi asigură **25 distribuitori** pe nivelul doi, deoarece i-ai învăţat să facă ceea ce faci şi tu în afacere. (Scrie 4L=25, sub 2L=5.) În acelaşi timp, ai continuat să instruieşti alte persoane serioase de nivelul întâi şi ai mai sponsorizat **5 persoane**. (Notează 4L=5 pe latura adiacentă a pentagonului.) Acum vei avea situaţia din figura de mai sus.

După 6 luni



După 6 luni vei avea **125 persoane** pe nivelul trei, deci pe prima latură dezvoltată a pentagonului tău. (Scrie 6L=125 sub 4L=25, adică pe prima linie de sponsorizare.) Apoi vei mai avea **25 persoane** pe nivelul doi, la adoua latura a penatgonului. (Scrie 6L=26 sub 4L=5, adică pe a doua linie de sponsorizare.) Şi vei mai avea încă un grup de **5 persoane** serioase, al treilea, care constituie a 3-a linie de sponsorizare. (Scrie 6L=5 sub următoarea latură adiacentă a pentagonului – roteşte foaia ca să poţi scrie.)

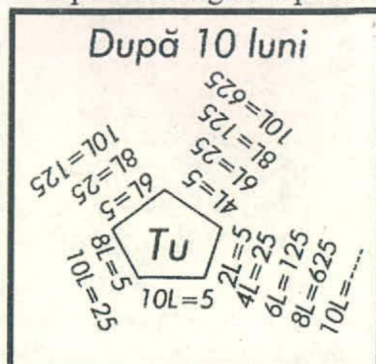
După 8 luni



La sfârşitul a 8 luni de la startul afacerii în MLM, creşterea pentagonului va arăta ca în exemplul alăturat, datorită activităţii CONSTANTE de sponsorizare şi instruire în structură. Continuă singur completarea laturilor pentagonului, după modelul de mai sus, astfel ca să se pună în evidenţă cele 4 grupe de lucru sau linii de sponsorizare. (Nu uita să roteşti hârtia, pentru a scrie mai uşor.)

În acest moment al prezentării, trebuie să verifici dacă interlocutorul tău a fost atent şi a urmărit expunerea. Dă-i hârtia

(sau şerveţelul) pe care ai scris, dă-i un pix şi lasă-l să completeze diagrama pentru 10 luni.

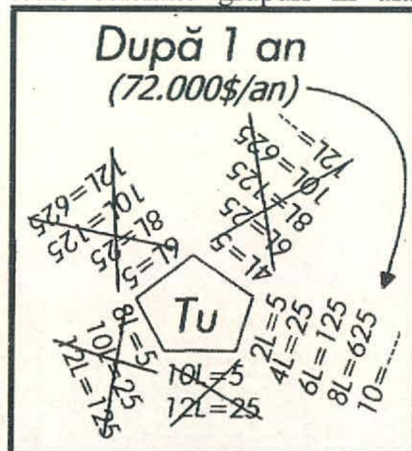


Rezultatul exerciţiului ar trebui să fie asemănător cu cel din figura alăturată. Dezvoltarea structurii, deci creşterea pentagonului, va reflecta multiplicarea distribuitorilor cu 5 (ca factor constant), pe fiecare latură a pentagonului. Nu uita că am pornit de la 5 oameni serioşi, care vreau să facă afacerea împreună cu tine, au învăţat ce trebuie să facă şi acum îţi "dublează" activitatea.

Deoarece cifrele devin mai mari de 3.000 (mai exact, 3.125 pe prima latură a pentagonului), este suficient să tragi doar o linie pentru a marca dimensiunea structurii (10L= ---).

Continuă împreună cu interlocutorul tău calculele şi extinde creşterea pentagonului la un an.

Pentru a accentua construirea structurii în profunzime, taie toate celelalte grupuri în afară de grupul primei laturi de pentagon, unde ai început să sponsorizezi primii 5 oameni serioşi.



Apoi arată că doar simpla construire a acestui grup (fiindcă celelalte au fost tăiate) i-ar putea aduce un venit de 6.000 dolari pe lună sau chiar mai mult - adică 72.000 dolari pe an! Un câştig extraordinar, dacă ne gândim la nivelul salariilor anuale.

SĂ NU UITĂM CĂ, realizarea unui astfel de venit depinde de "vehiculul" pe care îl foloseşti în MLM!

Principalul scop al acestui exerciţiu este demonstrarea, într-o manieră simplă, a importanţei muncii sponsorului cu distribuitorii săi, pornind de la primii distribuitori până la cei aflaţi pe nivelele 3 şi 4 descendente.

Acesta este pentagonul creşterii structurilor MLM!

La sfârşitul celor 10 prezentări sintetice, aş dori să te îndemn, dragă cititorule, la seriozitate şi consecvenţă în activitatea ta în Multi-Level Marketing, amintindu-ţi următoarele:

INSTRUIEŞTE-ŢI OAMENII SĂ FACĂ LA FEL CA TINE!

Şi acum, la Start!

DE REŢINUT

- **Exerciţiul creşterii pentagonului** reflectă dezvoltarea structurii MLM pornind de la sponsorizarea a 5 oameni serioşi.
- **Dezvoltarea structurii MLM** se face numai prin multiplicarea activităţii sponsorului.

CAPITOLUL XII

REÎNTOARCEREA LA ŞCOALĂ

Începând cu acest capitol, vom studia unele aspecte ale activităţii distribuitorilor MLM, pentru înţelegerea detaliilor privind modul de lucru şi, mai ales, modul de instruire în MLM / Network Marketing.

Aceasta este prima prezentare suplimentară, în care se tratează necesitatea instruirii distribuitorilor.

Atunci când încerci să sponsorizezi un nou distribuitor, atitudinea ta poate crea o mare diferenţă în decizia lui. Dacă atitudinea ta se bazează pe întrebarea: *"Pe cine să mai aduc oare în afacere?",* aşa cum procedează greşit mulţi distribuitori, rezultatul va fi descurajator. Părerea mea este că întrebarea care trebuie să stea la baza atitudinii tale faţă de afacere ar trebui să sune astfel: *"Cui să-i ofer posibilitatea de a se pensiona din afacere?"*

Dacă crede cineva că o persoană se poate pensiona după o perioadă de la 1 până la 3 ani şi are impresia că a înţeles cum să prezinte această posibilitate doar în două minute, fără un studiu riguros a conceptului MLM, atunci ce rost are să mai ofere această şansă, când fiecare ar putea să se descurce singur?

Pentru ca o persoană să se poată "pensiona" după o perioadă de la 1 până la 3 ani, cu un venit mai mare de 50.000 de dolari pe an, trebuie să înveţe CUM să facă acest lucru, ceea ce înseamnă că trebuie să se **reîntoarcă la şcoală**. La fel şi cu distribuitorii noştri, ei pot învăţa tot ceea ce este necesar să cunoască despre afacere, dacă studiază aprofundat timp de 5-10 ore pe săptămână, de-a lungul a şase luni. "Pensionarea" înseamnă de fapt: "... să nu mergi la muncă dacă nu mai doreşti", pentru că dispui de suficiente mijloace financiare pentru a trăi confortabil.

Dar, dacă cineva îţi va spune că vrea să mai aştepte 30 de zile, ca să vadă cum merge afacerea, nu-ţi pierde timpul cu el. Nu se poate săpa o fundaţie în 30 de zile. Sunt necesare cel puţin 6 luni.

Şcoala la care mă refer este şcoala IMPLICĂRII. În primul rând este vorba de utilizarea eficientă a timpului. Dacă vrei să te implici în afacere, îţi vor trebui 3 - 5 ore în total, ca să mergi săptămânal la instruiri, să participi la ele, să bei o cafea împreună cu ceilalţi distribuitori şi să te întorci acasă. Restul timpului îl vei utiliza pentru a culege material documentar despre programul tău, ascultând casete motivaţionale, întâlnindu-te cu sponsorul tău, participând la întruniri de stimulare a entuziasmului sau discutând cu diverşi prospectanţi sau oameni interesaţi de afacere. Toate acestea pot fi făcute în paralel cu preocupările zilnice pe care le ai.

În timpul seminariilor mele de-a lungul Statelor Unite şi Canadei am pus deseori această întrebare: "Cunoaşte cineva vreun curs universitar de 4 ani, care oferă posibilitatea obţinerii unei licenţe şi apoi a unei pensionări timpurii, cu mai mult de 50.000 dolari pe an, după o perioadă de unu până la trei ani de activitate?" N-am auzit să-mi pomenească cineva de aşa ceva. Nimeni, nicăieri nu poate oferi o astfel de posibilitate în legătură cu studiile de la colegii sau universităţi. Din această cauză este atât de atrăgător sistemul MLM. Poţi într-adevăr să înveţi în 6 luni tot ceea ce trebuie să ştii despre MLM, pentru ca să te poţi pensiona dacă doreşti, după o activitate de până la 3 ani.

Îţi mai aminteşti când erai student şi mergeai la librărie ca să-ţi cumperi cărţile pentru noul semestru? Cărţi mari, grele, groase. De abia aşteptai să ajungi acasă şi să le studiezi. Îţi mai aminteşti cât de grea era aşteptarea până la sesiunea de examene de la sfârşitul semestrului? Dar, erai plătit pentru faptul că mergeai la şcoală? Din moment ce ai urmat cursurile universitare timp de 4 ani fără să fi fost plătit şi din moment ce nu aveai vreo speranţă

să te pensionezi timpuriu după câţiva ani, atunci de ce eşti atât de îngrijorat că ai realizat puţin în primele tale luni într-o afacere MLM? Aminteşte-ţi că eşti la şcoală, iar şcoala se numeşte **Multi-Level Marketing.**

Există oameni în MLM care se descurajează uşor după numai câteva săptămâni. Nu cred că au dreptul la descurajare, dacă nu au frecventat cel puţin şase luni de şcoală MLM. Încearcă să-l laşi pe un student de la medicină să te opereze după doar câteva luni de facultate. Probabil că vei fi foarte dezamăgit de rezultat.

Întreabă un doctor, un avocat, un dentist sau orice alt profesionist de când îşi practică meseria. Răspunsul lor va fi că lucrează în meserie doar din momentul absolvirii şi nu din prima zi de facultate. Când întrebi distribuitorii MLM de cât timp lucrează în afacere, ei îţi răspund că din ziua în care au semnat contractul de distribuitor. De fapt, intrând în MLM, ar trebui să consideri startul afacerii abia după ce ai învăţat şi ai înţeles despre ce este vorba.

Dezamăgirea apare atunci când aştepţi ceva, care nu mai soseşte sau nu se mai întâmplă. Am întâlnit mulţi distribuitori total dezamăgiţi, pentru că au intrat în afacere cu speranţa că vor câştiga imediat bani mulţi. Înainte de a câştiga consistent, ei trebuie să meargă la şcoală, ceea ce le va răpi cel puţin 6 luni. Dacă am considera că aceeaşi distribuitori ar trebui să meargă la o facultate de 4 ani, după primele 6 luni de studiu ar mai avea încă 3 ani şi jumătate până când vor fi pregătiţi să-şi caute o slujbă.

Ca să fii într-adevăr **plin de succes în MLM** trebuie să-i înveţi pe alţii cum să aibă succes. Distribuitorii tăi trebuie să renunţe la ideea câştigului imediat şi să-şi îndrepte interesul spre muncă şi instruire cu linia descendentă de sponsorizare. Cu cât o vor face mai repede, cu atât va apare mai repede succesul real în MLM. Întrucât acest lucru răpeşte destul timp, trebuie să înveţi CE anume trebuie să faci, înainte de a-i învăţa pe ceilalţi.

Dacă ai distribuitori în structură care demarează greoi discuţiile cu prietenii lor, se datorează faptului că ei nu cred în posibilitatea reală de a se retrage din activitate cu o pensie frumoasă, după numai un an sau trei ani de muncă susţinută. Ei nu înţeleg cum se poate întâmpla aşa ceva.

Pentru a demonstra cum se poate obţine un venit mare, într-o perioadă de la 6 luni până la 3 ani, îţi sugerez să foloseşti următoarea PREZENTARE SUPLIMENTARĂ.

Ai nevoie doar de câteva minute ca să o înveţi şi de două minute ca să o prezinţi.

Este o variantă pragmatică a temei prezentate în capitolul II (prezentarea sintetică #1 "Doi ori doi fac patru").

Să presupunem că ai un distribuitor nou căruia îi spui la un moment dat:

"Crezi că poţi sponsoriza cinci persoane, cu ajutorul meu, până la sfârşitul primei tale luni de activitate, ţinând seama de toţi oamenii pe care îi cunoşti sau îi poţi întâlni? Crezi că poţi găsi cinci persoane care ar dori să înveţe cum să se pensioneze după numai trei ani?"

Majoritatea vor răspunde promt: "Fiecare din cei pe care îi cunosc ar dori să fie în stare să facă aşa ceva".

Nu fă greşeala să mergi cu distribuitorul tău la o întâlnire cu 5 persoane deodată. Mai bine du-te de 5 ori cu el, ca să vă întâlniţi de fiecare dată cu o singură persoană. Dacă vă întâlniţi cu toţi cinci odată, o singură persoană negativistă i-ar putea influenţa pe ceilalţi. Pe lângă aceasta, dacă mergi cu distribuitorul tău de 5 ori, acesta va avea ocazia să audă prezentarea de 5 ori, nu numai o singură dată. Având acest exemplu de pregătire se vor duce şi ei cu fiecare dintre distribuitorii lor de câte 5 ori. Distribuitorul tău direct va ajunge un expert, exersând pe prospectanţii distribuitorilor săi, aşa cum ai devenit şi tu expert practicând pe prospectanţii tăi.

Dacă poţi sponsoriza 5 distribuitori SERIOŞI până la sfârşitul primelor 30 de zile, vei fi capabil să-i ajuţi să sponsorizeze şi ei câte 5 persoane până la sfârşitul celei de a treia luni de activitate. Când distribuitorii tăi îi ajută pe cei 5 ai lor, tu îi ajuţi pe distribuitorii din linia descendentă a structurii şi îi înveţi să facă la fel.

După şase luni de zile ar trebui să ajungi cu instruirea la nivelul trei al structurii tale. *"Şi dacă îţi va trebui un an întreg?"* Răspunsul îl vei afla mai târziu.

Prezentarea trebuie să arate astfel la început:

	- Tu -
Sfârşitul primei luni:	- 5 -
Sfârşitul primelor 3 luni:	- 25 -
Sfârşitul primelor 6 luni:	- 125 -

Când faci această prezentare, liniile de-o parte şi de cealaltă a lui 5, 25 şi 125 reprezintă clienţii tăi sau oamenii care au semnat contractul şi acum lucrează după capul lor.

Deci, după 6 luni ai 155 distribuitori SERIOŞI, dacă îţi vei construi afacerea corect, vei întâlni oameni care nu vor lua în serios şansa oferită. Mulţi dintre aceştia vor deveni fie cumpărători en-gros, fie consumatori.

Să spunem că fiecare din distribuitorii tăi are cel puţin 10 clienţi printre prieteni. Dacă multiplici 10 clienţi-prieteni cu 155 distribuitori serioşi, vei obţine 1.550 clienţi-prieteni.

Din moment ce distribuitorii tăi sunt şi ei clienţi, trebuie să adaugi 155 la 1.550 şi vei obţine un total de 1.705 clienţi.

Există 3 motive pentru care un client-distribuitor va cumpăra mai multe produse decât un client-prieten:

1) Clientul-distribuitor este mult mai familiarizat cu întreaga gamă de produse.

2) Clientul-distribuitor poate cumpăra produsele la preţ de depozit şi le foloseşte personal, fiind satisfăcut de ele.

3) Clientul-distribuitor cumpără produse pentru a le oferi ca mostre. Distribuitorii trebuie încurajaţi să le folosească aşa cum le foloseşti tu şi să le recomande mai departe.

În continuare, prezentarea se completează astfel:

	- Tu -
Sfârşitul primei luni:	- 5 -
Sfârşitul primelor 3 luni:	- 25 -
Sfârşitul primelor 6 luni:	- 125 -
	155 distrib. serioşi
	x 10 clienţi-prieteni
	= 1.550
	+ 155 distribuitori
	.... diverşi clienţi
	Total = 1.705 clienţi

Linia punctată de sub "155" reprezintă diverşi clienţi care cumpără en-gros şi pe care nu-i socotim. De fapt, ei nu înseamnă altceva decât un plus la venit.

Acum înmulţeşte 1.705 cu 30 dolari ca să obţii volumul total al vânzărilor într-o lună şi scrie rezultatul pe ultimul rând din foaie. Există mulţi distribuitori MLM care au vânzări personale mai mari de 30 dolari pe lună. Eu folosesc această cifră ca să fiu modest, deoarece nu trebuie impresionaţi oamenii folosind cifre realizate de liderii MLM.

În acest moment poţi pune o întrebare retorică prospectanţilor, referitor la timpul necesar pentru a ajunge pe nivelul 3 de sponsorizare: *"Şi ce se întâmplă dacă va fi necesar un an în loc de 6 luni? Merită să faci afacerea?"*

Deci, rezultatul înmulțirii: 30 dolari x 1705 clienți este 51.150 dolari, ceea ce îți oferă ocazia să subliniezi că ai lucrat doar cu CINCI DISTRIBUITORI SERIOȘI.

Aceasta înseamnă că vei avea un venit de aproximativ de 2000-6000 dolari pe lună, la un volum de vânzări de peste 50.000 dolari pe lună, fără a socoti cumpărătorii en-gros. Motivul pentru care venitul este variabil, între 2000 și 6000 dolari pe lună, este că nu toți distribuitorii au câte 10 prieteni-clienți. Dar, unii s-ar putea să aibă chiar mai mulți.

Prezentarea a durat până la acest punct aproximativ 10-15 minute. Acum este bine să pui o întrebare care te va lămuri dacă interlocutorul tău este pregătit să-și sacrifice timp pentru a învăța să conducă "vehiculul" MLM. Dacă răspunsul este *negativ*, treci la demonstrarea avantajelor produselor și vei înregistra un nou consumator. Dacă va răspunde AFIRMATIV, treci la următoarea prezentare suplimentară (capitolul XIII), în care vei explica diferența dintre cifrele 5 și 6.

La sfârșitul prezentării, prospectanții vor fi mai mult ca sigur pregătiți să cunoască "vehiculul" tău.

Din acest motiv le poți pune următoarea întrebare cheie:

"Dacă ai putea obține între 2.000 și 6.000 dolari pe lună, peste veniturile tale curente, ești pregătit ca în următoarele 6 luni să mergi la școală pentru 5 - 10 ore pe săptămână ca să înveți cum să procedezi?"

Această prezentare explică mecanismul dezvoltării unei afaceri MLM, în care remarcăm o combinație de două activități distincte:

1. construirea unei structuri de distribuitori serioși

2. vânzarea ("împărțirea") unei cantități mici de produse către fiecare distribuitor sau client din structură.

Cu alte cuvinte, fiecare om din structură vinde câte puțin, contribuind astfel la creșterea puterii ei. Oricine poate găsi 10

clienți- prieteni. Nu trebuie să fii un vânzător profesionist ca să-i găsești în cercul tău de prieteni.

În final, prezentarea completată cu valoarea volumului de vânzări ar trebui să arate cam așa:

- Tu -

Sfârșitul primei luni: - 5 -
Sfârșitul primelor 3 luni: - 25 -
Sfârșitul primelor 6 luni: - 125 -
155 distrib. serioși
x 10 clienți-prieteni
= 1.550
+ 155 distribuitori
.... diverși clienți
Total = 1.705 clienți
x 30 $
Volum total vânzari 51.150 $

Semnificația noțiunii de "**DISTRIBUITOR SERIOS**" din această prezentare presupune distribuitori care au făcut următorul legământ: *să fie implicați în afacerea MLM minimum 5 - 10 ore pe săptămână, pentru cel puțin 6 luni.*

Aceasta este singura modalitate de a învăța o afacere MLM.

DE REȚINUT

- **Reîntoarcerea la școală** înseamnă să-ți rezervi 5 - 10 ore pe săptămână timp de 6 luni pentru a învăța afacerea MLM.
- După primele 6 luni de activitate apar primele rezultate edificatoare, numai dacă ești dispus să urmezi școala MLM.

CAPITOLUL XIII

SĂ FACEM NIŞTE CALCULE EDIFICATOARE

A doua prezentare suplimentară dezvoltă ideea sponsorizării, lucrând cu încă o pesoană în plus, pe lângă cei 5 oameni serioşi.

Atunci când unul dintre distribuitorii tăi direcţi (de pe primul nivel) nu mai are nevoie de sprijinul tău, te întrebi ce vei face mai departe. Te ocupi doar de ceilalţi 4 sau eşti pregătit să mai sponsorizezi un om în plus şi să formezi o nouă linie de sponsorizare descendentă în structura ta? Astfel te vei ocupa din nou de 5 oameni serioşi. (O "linie de sponsorizare" se poate defini prin prezenţa în structură a cel puţin trei nivele în adâncime.)

Ca să găseşti AL ŞASELEA OM SERIOS vei face o selecţie riguroasă. Vei alege una dintre persoanele întâlnite în timpul lucrului cu structura în adâncime. DESIGUR, această persoană selectată ar trebui să-şi dorească o astfel de şansă pentru a se pensiona timpuriu.

Pentru tine personal, faptul că poţi selecta o astfel de persoană înseamnă un entuziasm lăuntric special. Vei dispune într-adevăr de o mare forţă mobilizatoare, atunci când vei înţelege în întregime ceea ce trebuie să faci şi vei crede în acţiunile tale.

Deci, ai acum ŞASE distribuitori serioşi în prima linie! Să calculăm care este diferenţa dintre a sponsoriza 5 persoane şi a sponsoriza 6 persoane deodată în prima linie.

Tu	Diferența	Tu
5	1	6
25	11	36
125	91	216

La prima vedere, bineînţeles este UNU. Dar, continuă calculul pe cele două coloane, prin înmulţirea cu 5, respectiv cu 6, scriind sub aceste cifre rezultatul înmulţirii: 25, respectiv 36. Pe coloana din mijloc scrie diferenţa dintre 36 şi 25, care este 11. Continuă mai departe, multiplicând cifrele obţinute: 5x25 = 125 şi 6x36 = 216. Diferenţa dintre 216 şi 125 este 91.

Toate programele Multi-Level Marketing tip "breakaway"[9] plătesc comisioane, în general, cu mult peste primele 5 nivele, în timp ce programele UNILEVEL[10] plătesc comisioane pentru cel mult 7 nivele descendente.

Să cotinuăm calculul pe linia de 5 distribuitori direcţi în jos, înmulţind cu 5 până la nivelul 7 de sponsorizare. Este uşor de învăţat, pentru că atunci când ajungi la 125 pe coloana nivelelor, ultimele 3 cifre alternează între 125 şi 625. Această alternare va continua în jos la toate nivelele, deci tot ceea ce trebuie să reţii sunt numerele 3, 15 şi 78.

Tu	Diferența	Tu
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625	671	1.296
3.125		
15.625		
78.125		

În acest moment, ar fi foarte bine dacă ai sugera interlocutorului tău să completeze personal calculele mai departe pe coloana cu 6 distribuitori. Cu alte cuvinte să înmulţească 216 cu 6 (ceea ce dă 1.296) şi să scadă 625 din total. Se obţine o diferenţă de 671. Continuaţi calculele până la nivelul 7.

Surpriza va fi mai mare dacă o va face singur, aşa că pune-i această întrebare: *"Cât de mare va fi diferenţa la nivelul 7?"* Lasă-l să ghicească ... Mulţi dintre ei nici măcar nu se vor

[9] *care au planul de marketing în trepte, matriceal, binar, etc. pe verticală*
[10] *cu planul de marketing calculat pentru o structură pe orizontală*

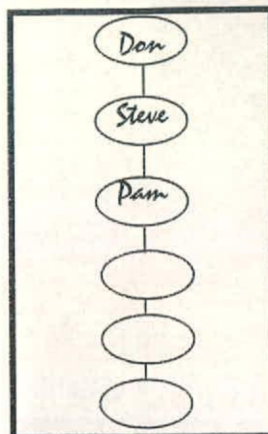
apropia de rezultat. Diferența la nivelul 7 este de peste 200.000 (mai precis 201.811).

Bineînțeles că cifra 201.811 reprezintă o mare diferență între o structură cu 5 oameni serioşi şi una cu 6. Vei atrage atenția distribuitorului că, numai dacă a înțeles acest lucru poate realiza importanța muncii pe linia descendentă.

Tu	Diferența	Tu
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625	671	1.296
3.125	?	---
15.625	?	---
78.125	201.811	---

Nu te impacienta când ai mulți distribuitori în prima linie! Oricum, nu poți lucra cu mai mulți deodată. Pe lângă aceasta sponsorizând prea mulți în prima linie, te trezeşti implicat într-un joc al numerelor, pe care noi îl denumim "**jocul adunării şi scăderii**". Ar fi preferabil să participi la un "**joc al înmulțirii**", denumit Multi-Level Marketing sau MLM.

Ca să poți intra în acest "joc al înmulțirii", trebuie să-i instruieşti pe distribuitorii tăi din primele 3 nivele în adâncime cum să facă şi ei la fel. Astfel vei ajunge uşor la nivelul cinci în adâncime.



Pentru a înțelege mai bine, am să schițez următoarea situație, în care eu, personal, vreau să-l sponsorizez pe prietenul meu Steve.

Fac un desen ca în figura alăturată, în care îmi trec numele în primul cerc (Don), iar pe nivelul imediat de sub mine, scriu numele lui Steve. Apoi, îi explic lui Steve:

"Când ajuți un distribuitor nou să pornească afacerea, cel mai important lucru pe care trebuie să-l înveți, este să-şi instruiască toate persoanele pe care le sponsorizează cum să muncească şi ei la fel, până la nivelul trei în adâncime".

Fără să-şi dea seama, Steve devine motivat în ceea ce face, astfel că se poate explica prezentarea sintetică #9 despre motivație şi atitudine. În consecință, Steve fiind un student bun şi ascultător, o va sponsoriza pe Pam şi o va ajuta de-a lungul liniei descendente să ajungă la nivelul trei. (Iată o variantă a prezentării sintetice #2.)

Să privim acum în adâncime, unde Don are 5 nivele de distribuitori sub el. Acesta l-a învățat pe Steve cum să-şi instruiască oamenii ca să ajungă la nivelul trei în adâncime. Steve îi va învăța pe oamenii săi acelaşi lucru şi, astfel, Don va câştiga şi mai mult în adâncime. Iată de ce profesorii lucrează atât de bine în MLM!

Mulți "vânzători" de profesie cred că trebuie să sponsorizeze neîntrerupt, aducând mereu noi distribuitori în prima linie, pentru a-şi construi structura. În realitate ar trebui să sponsorizeze şi să instruiască în acelaşi timp, neîntrerupt. În MLM nu vei avea niciodată succes, dacă nu-i instruişti şi pe ceilalți distribuitori din structură cum să muncească.

Continuând prezentarea până la nivelul 4, arătând care este adevărata diferență dintre 5 şi 6, vei obține o diferență de 671.

Diferența totală pe cele 4 nivele va fi de 774 distribuitori în structură. Pe partea stângă (pornind de la 5) a prezentării obținem în total 780 distribuitori, iar pe dreapta (pornind de la 6) obținem 1.554.

Mai departe te poți descurca de unul singur. Înmulțeşte 780 sau 1.554 distribuitori cu 10 clienți-prieteni şi adaugă la rezultat clienții- distribuitori. Apoi, înmulțeşte totalul cu 30 dolari pe

lună şi rezultatul multiplică-l cu 12 luni, ca să obţii volumul vânzării pe un an.

Tu	Diferenta	Tu
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625	671	1.296
Total 780	774	1.554

Ce părere ai de rezultat? Ţine cont că nu am luat în considerare cumpărătorii en-gros.

Vezi acum de ce te poţi "pensiona" după cel mult trei ani de activitate? Dar, acest lucru nu va funcţiona dacă te vei întinde numai pe orizontală, fără să pătrunzi în adâncimea structurii.

DE REŢINUT

- Această prezentare suplimentară poate fi utilizată ca o continuare la prezentarea sintetică #1 (capitolul II).

CAPITOLUL XIV

SESIUNI DE INSTRUIRE şi PREZENTĂRI DE OPORTUNITATE ALE AFACERII

Acest capitol analizează două metode de bază pentru instruirea distribuitorilor MLM: **sesiunile de instruiri** şi **prezentările de oportunitate**, scoţând în evidenţă atât avantajele, cât şi priorităţile fiecărei activităţi.

Prin ***sesiuni de instruire*** se înţeleg toate formele de instruire organizate de o companie MLM sau de către un sponsor, cu scopul de a învăţa participanţii cum să muncească în această moua activitate. Ele pot fi conferinţe, seminarii, laboratoare ("workshop"), discuţii tematice sau alte forme specifice ("brainstorming").

Prin ***întâlniri săptămânale de prezentare a oportunităţii unei afaceri*** se înţeleg toate formele de expunere generală ale unei afaceri MLM, cu scopul de a informa auditoriul asupra oportunităţilor MLM şi a avantajelor practicării unei activităţi de distribuitor MLM.

Majoritatea persoanelor îşi încep activitatea în MLM paticipând la **întâlniri săptămânale de prezentare a oportunităţii unei afaceri MLM**. Din moment ce ei pătrund în afacere în acest mod, rămân cu impresia că afacerea se reduce doar la aceste întâlniri săptămânale.

Aceştia, imediat după prima participare la o astfel de întâlnire, invită un număr mare de oameni la următoarea întâlnire, crezând că este suficient să se implice doar atât.

Dar ce se întâmplă în realitate? În seara întâlnirii nu vine nimeni! Ca urmare, pentru mulţi dintre ei este un început foarte descurajant. Explicaţia acestui fapt constă în concepţia lor greşită despre sponsorizare. Ei îşi închipuie că este suficient să

invite oamenii la întâlniri de prezentare şi totul va decurge de la sine.

Iată cum se desfăşoară o ÎNTÂLNIRE DE PREZENTARE A OPORTUNITĂŢII UNEI AFACERI MLM, care se organizează în fiecare săptămână.

Locul întâlnirii poate fi acasă la un distribuitor care organizează evenimentul sau într-o sală închiriată de la un hotel sau restaurant. În cameră se aranjează scaunele ca la teatru şi în faţă o tablă albă sau neagră. Organizatorul întâlnirii primeşte musafirii şi invită sponsorul să înceapă prezentarea. Acesta, un domn sau o doamnă în costum impecabil, face o prezentare clară şi concisă a firmei, a produselor şi bineînţeles a planului de marketing. Prezentarea durează, în marea majoritate a cazurilor, o oră sau o oră şi jumătate.

Dacă sunt invitate, să spunem, 22 persoane, aproximativ 19 sunt distribuitori şi 3 oaspeţi. Întrucât sponsorul, care conduce întâlnrea se adresează de fapt oaspeţilor, el vorbeşte doar cu 3 din cei 22 oameni invitaţi. Pentru distribuitorul care a fost deja la întâlniri de mai multe ori şi a mai auzit prezentarea, aceasta poate deveni plictisitoare. Unii ar putea-o numi "întâlnire de exterminare".

Dacă observi oaspeţii în timpul unei astfel de prezentări, vei remarca atitudinea lor aprobatoare, când se vorbeşte despre firmă, produse şi plan de marketing. Poţi observa din limbajul gesturilor impresia lor pozitivă faţă de cele auzite. Cu toate acestea, rezultatul este exact invers.

Te întrebi atunci, pe bună dreptate, de ce refuză oaspeţii ocazia de a porni într-o afacere nouă? Nu are nici un sens că le place tot ce aud şi văd, dacă la urmă refuză să intre în afacere.

Motivul respingerii este simplu. Ei privesc prezentatorul ca o persoană plină de succes. În consecinţă, ei cred că pentru a avea succes, trebuie să organizeze astfel de întâlniri. Probabil nu

imediat, dar în perspectivă va veni vremea să vorbească în faţa unui auditoriu - un lucru care îi sperie pe unii mai mult decât moartea. De fapt, ei se tem să vorbească în faţa unui grup de oameni.

Acum, cred că înţelegi de ce pierd aceşti oameni ocazia intrării în afacere şi refuză oferta. (Apropo, iată un punct de vedere interesant: ei nu resping oportunitatea sau sponsorul în persoană! Ei se tem de propria lor persoană! Nu lăsa ca aceşti negativişti să te descurajeze.)

În timpul desfăşurării seminariilor mele, demonstrez acest punct de vedere spunând la sfârşit următoarele:

"Deoarece timpul meu este limitat, mai am timp să invit o singură persoană în faţă. Cine doreşte să abordeze o problemă în următoarele 3 minute este rugat să ridice mâna."

Rezultatul invitaţiei este că foarte puţini participanţi, mai puţin de 5 la sută, ridică mâna! Apoi, în momentul în care adaug că a fost doar o glumă, se observă uşurarea de pe feţele celor care au dorit să dea curs invitaţiei mele ...

Cunosc sute de persoane care pot întreţine o conversaţie cu un prieten la o ceaşcă de cafea, dar tremură de frică numai la gândul că trebuie să stea în faţa unui grup. Nici măcar mărimea grupului nu contează pentru ei. (Unii manageri sunt trecuţi de toate năduşelile când ajung în faţa consiliului de administraţie ...)

Crezi că poţi înlătura această frică din munca ta pentru dezvoltarea unei structuri? Crezi că poţi organiza nişte întâlniri săptămânale captivante? Sunt convins că vei putea! Odată ce ai înţeles CUM, structura ta se va dezvolta mult mai rapid.

Noi ne întâlnim cu clienţii noştri faţă în faţă sau la acele întruniri "înflăcărate" (vezi capitolul IX, prezentarea sintetică #8). Preferăm să ne întâlnim într-un restaurant la o oră mai puţin aglomerată şi îi invităm pe oaspeţii noştri să aducă un casetofon.

Ei pot reasculta prezentarea mai târziu şi o pot folosi ca pe un instrument de lucru, atunci când îşi sponsorizează prietenii.

Întotdeauna prefer ca prospectanţii mei să fi citit această carte, **"Prezentarea de 45 secunde"**, cu expunerea celor 10 PREZENTĂRI SINTETICE, înainte de întâlnirea noastră. Acest lucru te poate scuti de pierderea timpului. Dacă oamenii ştiu deja "cum să şofeze", înainte de întâlnire, este mult mai uşor să-i ajuţi să-şi selecteze "vehiculul" (vezi prezentarea #3, din capitolul IV).

După câteva conversaţii generale despre avantajele MLM, spune-le că vrei să le faci o prezentare de 20 minute despre firmă, produse şi plan de marketing. Din moment ce ai anunţat că durează doar 20 minute, înseamnă că oricine poate să o facă. De altfel, până învaţă lecţia prezentării, tot ce au de făcut este să asculte caseta înregistrată la întâlnirea cu sponsorul, împreună cu prietenii lor.

Dacă prezentarea firmei, a produselor şi a programului de marketing îţi va lua o oră sau o oră şi jumătate, va trebui să fii mult mai selectiv în organizarea întâlnirilor.

Câte întâlniri de o oră - o oră şi jumătate eşti capabil să organizezi? Dacă îţi reduci prezentarea la 20 minute poţi fi productiv în pauza de cafea sau în pauza de prânz. Eu aş organiza PREZENTAREA DE 20 MINUTE cam aşa:

- ❑ *3 minute discuţii despre firmă,*
- ❑ *7 minute despre produse (se pot da nişte mostre)*
- ❑ *10 minute pentru planul de marketing. Împarte expunerea planului în mai multe părţi. În multe cazuri nu va fi nevoie să le explici şi ultimele detalii pentru a intra în afacere.*

Câteva sfaturi utile pentru prezentările de oportunitate:

- Nu uita că ei au făcut un legământ: *să meargă înapoi la şcoală 5-10 ore pe săptămână, ca să înveţe afacerea.*

- Nu încerca în timpul primei întrevederi să le explici tot ce vor învăţa în următoarele 6 luni.
- Cele mai importante două cuvinte din afacerea MLM sunt: **SPONSORIZAREA** şi **INSTRUIREA**.
- Cel mai puţin important cuvânt este **A VINDE**. Cuvântul "vinde" trebuie înlocuit întotdeauna cu "împarte".
- Următoarele trei cuvinte în ordinea importanţei sunt:
  - PREZENTAREA,
  - IMPLICAREA şi
  - PROMOVAREA.

Mai întâi, trebuie să PREZENŢI afacerea unei persoane, apoi să o IMPLICI 5-10 ore săptămânal pe o perioadă de 6 luni. Cunoştinţele dobândite şi motivaţia acţiunii noilor distribuitori îi vor PROMOVA cu timpul. Dacă la început se gândesc să câştige 300-500 dolari pe lună în plus, după ce vor fi implicaţi 6 luni în studiul afacerii MLM, se vor gândi să câştige în viitor câteva mii de dolari pe lună.

Este bine să-ţi aduci casetofonul la întâlnire, ca să-i poţi da invitatului tău caseta cu înregistrarea prezentării. Nu toţi invitaţii îşi aduc casetofonul lor. Înainte de a începe expunerea de 20 minute, roagă musafirul să-şi noteze eventualele întrebări ce ar rezulta în timpul expunerii şi spune-i că vei răspunde la sfârşit. Arată că, dacă ar trebui să răspunzi imediat la întrebări, atunci prezentarea nu ar mai dura 20 de minute, ci mai mult.

Instrumentul de lucru (caseta) pe care o dai noului distribuitor te va obliga să menţii o ordine în prezentare, fără întreruperi la fiecare 2 minute (dacă se poate fără "bâlbâieli"). Astfel înregistrarea va fi coerentă. Tentaţia de a răspunde la o singură întrebare în timpul prezentării, ar fi ca şi cum ai scăpa o pisică dintr-un sac de pisici. Odată ce începi să sari de la o întrebare la alta, îţi pierzi firul prezentării! Dacă noul distribuitor ezită încă să înceapă afacerea, spune-i pur şi simplu:

"Înainte de a lua decizia finală, de ce nu vii la o sesiune de instruire, în această săptămână, să vezi cum se face pregătirea oamenilor pentru această afacere?"

Să trecem acum la SESIUNILE DE INSTRUIRE.

Scopul lor general este de a învăţa distribuitorii cum să-şi invite prietenii la o ceaşcă de cafea, unde în 20 de minute să le prezinte firma, produsele şi planul de marketing. Aceste instruiri n-ar trebui să dureze mai mult de o oră, două cel mult.

Spre deosebire de **întâlnirile săptămânale** (de prezentare a afacerii), în cadrul **sesiunilor de instruire** (seminarii) te adresezi mai mult distribuitorilor decât oaspeţilor. Ai observat vreodată cât de credibilă devine o conversaţie la care participi fără să fii implicat direct? În timp ce îţi instruieşti distribuitorii cum să prezinte firma, produsele şi planul de marketing, oaspeţii tăi vor fi şi ei instruiţi.

Rezultatul imediat este că ai acum 19 distribuitori (care sunt mai bine pregătiţi să împartă produsele) şi 3 oaspeţi (care vor intra în afacere pentru că se pot vedea ei înşişi în postura distribuitorilor). O persoană poate instrui un oraş întreg, dar să nu crezi că numai persoanele care vorbesc în faţa a mii de oameni sunt plini de succes.

Este foarte important să te întâlneşti cu distribuitorii din strutura ta sistematic, chiar săptămânal. Aminteşte-ţi de prezentarea sintetică # 8 (entuziasmul este molipsitor)! Trebuie să-ţi păstrezi "buştenii" la un loc, ca să se dezvolte energia necesară, astfel ca distribuitorii să discute mai eficient cu prietenii lor. Nu este necesar să cheltuieşti o mulţime de bani pentru aranjarea întâlnirilor. Există multe restau-rante, care au o încăpere izolată şi pe care o poţi folosi fără cheltuieli în plus. Vorbeşte cu patronul restaurantului şi explică-i că doreşti să organizezi întâlniri săptămânale cu un grup de persoane.

Vei începe întâlnirile la orele 20 şi le vei termina la orele 21:30. Invită oamenii să vină mai devreme (18:30 - 19) pentru a servi cina înainte de întâlnire. Patronul nu trebuie să angajeze personal auxiliar pentru că poate onora comenzile pe măsura sosirii musafirilor. Dacă chelnerii sunt ocupaţi, nu trebuie să intervii personal la patron pentru onorarea comenzilor, deoarece nu eşti grăbit. Atât patronul cât şi chelnerii vor fi mulţumiţi, mai ales că în final vor fi răsplătiţi cu bacşişuri bune.

Un astfel de aranjament nu te va costa mai mult decât cina şi bacşişul. Distribuitorii care nu doresc să cineze vor fi prezenţi în jurul orei 19,45. Am descoperit astfel o modalitate foarte comodă pentru distribuitorii noştri de a primi musafiri. Probabil vei dori să le plăteşti oaspeţilor cina sau cafeaua (pe care le poţi încărca pe o factură pentru firma ta). Fiecare îşi poate organiza cum vrea drumul propriu în MLM, ţinând cont de cele arătate mai sus.

Poţi invita oamenii la instruire fără să le fi făcut în prealabil prezentarea de 20 de minute. Ei vor vedea cum îi învaţă sponsorul pe distribuitorii săi ca să facă această prezentare. Când faci invitaţiile, menţionează că este vorba de un **seminar de instruire** şi nu de o întîlnire săptămânală de prezentare a oportunităţii afacerii. Ei vor întrezări afacerea datorită acestei instruiri.

DE REŢINUT

➡ Atât **prezentările de oportunitate**, cât şi **sesiunile de instruiri** sunt activităţi specifice MLM, necesare sponsorilor.

CAPITOLUL XV

ÎNTREBĂRI CONCLUDENTE ŞI TRATAREA OBIECŢIILOR

Penultimul capitol tratează unele din cele mai importante şi edificatoare întrebări puse de prospectanţii şi distribuitorii MLM de-a lungul timpului, precum şi modul de tratare a obiecţiilor ridicate de aceştia.

Aşa cum am expus în cadrul prezentării sintetice #4, afacerea ta va arăta ca o clădire uriaşă în construcţie. Nu vei vedea clădirea până nu începe să se ridice construcţia şi ea nu se ridică până nu are o fundaţie solidă.

În Multi-Level Marketing nu poţi avea un venit substanţial până nu îţi construieşti bazele afacerii.

La sfârşitul seminariilor mele, de multe ori sunt întrebat de către prospectanţii şi distribuitorii mei despre diverse aspecte ale afacerii, uneori invocând obiecţii pertinente. Pentru a lămuri o parte din aceste întrebări, am adunat în acest capitol câteva din cele mai importante şi concludente întrebări care mi-au fost puse de-a lungul anilor. [11]

Se ştie că, persoanele fără experienţă în vânzări au cele mai multe întrebări de pus. Răspunsul meu general, indiferent de natura întrebării, referitor la oportunitatea afacerii, este aproape la fel pentru toată lumea:

"Văd că ai îndoieli în ceea ce priveşte intrarea în afacere. Aş dori să înţelegi că, dacă accepţi oferta mea, te voi instrui personal. Pe de altă parte, dacă îmi voi da seama că nu poţi face afacerea, ar trebui să discutăm despre altceva."

[11] *Cartea "Întrebări şi Răspunsuri depre MLM" de Don & Nancy Failla prezintă pe larg mai multe categorii de întrebări şi răspunsurile corecte.*

Pe de altă parte, întrebarea pe care ar trebui să ţi-o pui în acelaşi moment, în legătură cu cele de mai sus, este următoarea:

"De ce să discut cu cineva, ca să-l determin să se implice în afacerea mea, dacă nu sunt convins că o poate face?"

De aceea, îţi recomand să-ţi completezi răspunsul către aceste persoane fără experienţă, astfel:

"După primele 30 de zile în afacere, vei înţelege deja o parte din problemele afacerii mele şi motivul pentru care sunt atât de entuziasmat în legătură cu şansele tale!"

...

În continuare, să parcurgem cele mai comune întrebări despre Multi-Level Marketing şi să vedem cum trebuie tratate obiecţiile ascunse în spatele acestor întrebări:

❑ ***"Trebuie să vând?"***

Răspuns: Nu.

Produsele se vor mişca în procesul construirii afacerii tale, fiind împărţite cu prietenii tăi. Ai văzut vreodată o prezentare de vaze de cristal, vase de bucătărie, alarme contra incendiilor sau aspiratoare? Majoritatea oamenilor îşi închipuie că aşa se face o vânzare. Definiţia cuvântului **"vânzare"** provine de la 95% din persoanele care nu sunt specialiste în comerţ, şi anume, de la ceea ce cred ele că ar fi vânzarea. Ele definesc *vânzarea* ca o căutare de clienţi şi o încercare de a determina oamenii să cumpere ceva ce probabil nu doresc sau nu au nevoie.

➡ În MLM nu trebuie să faci aşa ceva niciodată, pentru că în primul rând te adresezi unor oameni pe care-i cunoşti, iar în al doilea rând, ar trebui să le prezinţi numai produse de care au nevoie sau pe care şi le doresc.

❑ ***"Este vorba despre un sistem piramidal?"***

Răspuns: Nu.

Diferența majoră dintre MLM și sistemele piramide este că ***piramidele sunt ilegale***. MLM are în spate 50 de ani de activitate și dacă ar fi fost ilegal ar fi fost distrus de mult. Când se ridică o astfel de obiecție, cred că de cele mai multe ori se datorează fricii de eșec. Persoana care pune această întrebare se teme să experimenteze programul tău și își închipuie că te va încuia întrebând dacă este vorba despre o piramidă, fiindcă mulți distribuitori nu știu cum să răspundă.

➡ În MLM comisioanele se câștigă pe baza faptului că produsele sunt oferite, vândute și consumate. Toți distribuitorii au aceeași șansă de a ajunge în vârful carierei, pe baza volumului de vânzări realizate personal și cu ajutorul propriei structuri.

❑ ***"Nu-mi pot permite să intru în afacere. Nu am destui bani."***

Contra-argument: Oricine poate intra într-o afacere MLM, pentru că majoritatea companiilor pretind să investești un capital sub 100 dolari. Numai dacă cineva dorește să-și petreacă restul vieții lucrând pentru altcineva, numai atunci poate să spună că nu are destui bani să intre în afacere.

➡ Definiția "reușitei în afaceri" în concepția mea este să câștigi mai mulți bani decât poți cheltui și să dispui de mai mult timp liber decât ai nevoie. Sunt convins că nu vei reuși în viață, dacă lucrezi pentru altcineva.

❑ ***"Soția mea / soțul meu nu va fi interesat."***

Contra-argument: Nu te lăsa influențat de o astfel de scuză. În majoritatea cazurilor doar unul dintre soți începe o afacere nouă. Din moment ce afacerea devine profitabilă, va urca și celălalt partener la bordul "vehiculului". Iar când survine acest eveniment, afacerea poate decola spre succes.

➡ Dacă un soț și o soție își construiesc o structură MLM, nu înseamnă că 1+1 = 2, ci 1+1 = "mai mult". Lucrând

împreună, se obține o sinergie familiară, care degajă o adevărată putere de muncă, reală și mobilizatoare.

❑ ***"Ce avantaj am dacă sunt sponsorizat direct de o companie?"***

Răsuns: Nici un avantaj.

De fapt, consider aceasta ca un dezavantaj. Cu cât sunt mai mulți distribuitori între tine și companie, cu atât mai bine. Toți cei din linia superioară te vor ajuta în activitatea de distribuitor. Când ești sponsorizat direct de o companie MLM nu ai nici un sponsor și trebuie să te descurci singur.

➡ În MLM primele poziții din structură sunt ocupate de obicei de formatori de rețele, persoane competente profesional și care au o anumită experiență în activitatea de sponsorizare. În general, companiile își aleg liderii structurilor, în funcție de profil.

❑ ***"Ce înseamnă linie descendentă?"***

Răspuns: Grupul distribuitorilor dintr-o structură MLM, așezați pe nivele subordonate.

Acest termen descrie o rețea de distribuție în MLM și cuprinde atât oamenii sponsorizați direct de un sponsor, cât și oamenii sponsorizați în structură de colaboratorii lui. Fiecare distribuitor a fost sponsorizat de cineva și face parte dintr-o anumită "linie descendentă"

➡ În MLM se spune complet: "*linie descendentă de sponsorizare*", înțelegând o structură verticală, de distribuitori, care pornește de la sponsor și se continuă în adâncime.

➡ De asemenea, "*linia ascendentă de sponsorizare*" înseamnă structura de sponsori, așezați pe o linie de legătură imaginară, care pleacă de la un distribuitor și urcă prin fiecare sponsor până la companie.

➡ În general, *o structură* sau o *rețea MLM* este formată din *mai multe nivele de distribuitori*, care se trasează pe orizontală, (ca paralelele pe glob) şi *mai multe linii de sponsorizare*, care se trasează pe verticală (ca meridianele pe glob).

➡ Forma şi lăţimea structurii este dată de diversitatea planurilor de marketing MLM, pornind de la 2 linii de sponsorizare la sistemele binare, până la "n" linii de sponsorizare, la sistemele matriceale nelimitate în lăţime şi adâncime.

❑ ***"Cât de mult trebuie să lucrez descendent?"***

Răspuns: Cu cât mai mult, cu atât mai bine.

Există mulţi distribuitori care vor să câştige doar din vânzările directe şi să nu lucreze mai mult. Cred că această filozofie este o greşeală. Aminteşte-ţi prezentarea sintetică #9. Când depăşeşti nivelul câştigurilor directe şi începi să lucrezi descendent în structură, de fapt "pui foc" sub scaunul distribuitorilor, ceea ce înseamnă că-i stimulezi, volumul vânzărilor creşte şi câştigi mai mulţi bani.

❑ ***"Cum aleg compania MLM?"***

Răspuns: De obieci nu o alegi.

Când citeşti această întrebare, gândeşte-te cum ai intrat tu în compania la care activezi, dacă eşti deja sponsorizat! Adevărul este că majoritatea oamenilor nu şi-au ales singuri compania MLM unde să lucreze. O cunoştinţă de-a lor, care lucra deja cu o anumită companie, i-a introdus în afacere şi implicit în compania respectivă.

❑ ***"Pot lucra cu mai mult de un program MLM odată?"***

Răspuns: Depinde de tine personal.

Ca să răspund corect, va trebui să împart companiile în două categorii, după natura planului de marketing sau a planului de plată a comisioanelor:

- *Prima categorie* cuprinde companiile cu programe complexe, care au un plan de marketing în trepte, matriceal sau binar şi care impun anumite condiţii de promovare.
- *A doua categorie* cuprinde companiile cu programe tip Unilevel sau programe pentru comanda prin poştă.

Majoritatea oamenilor nu pot lucra decât într-un singur program MLM complex, pe când programele din a doua categorie pot fi abordate simultan. Poţi avea mai multe oferte de programe, dar vând vei înţelege că activitatea în mai multe programe deodată îţi solicită un efort prea mare, vei alege programul cel mai potrivit.

➡ Distribuitorii implicaţi într-un program MLM complex, foarte profitabil, nu mai au timp şi putere să lucreze în alte programe.

❑ ***"Nu am timpul necesar pentru o afacere MLM."***

Contra-argument: Există patru elemente de bază în procesul recrutării şi al sponsorizării: *1) contactele, 2) timpul, 3) energia şi 4) cunoştinţele teoretice*. Dintre acestea contactele (relaţiile) aparţin în exclusivitate prospectanţilor. De aceea, când discut cu o persoană foarte ocupată despre oportunitatea afacerii, îi spun doar atât:

"Nu-ţi solicit timpul, ci doar contactele tale. Informează-i pe prietenii tăi despre conceptul MLM şi spune-le să mă caute. Cu alte cuvinte, vom folosi contactele tale, timpul meu, energia mea şi cunoştinţele mele teoretice în colaborarea noastră. Tu o să cheltuieşti 2 minute din timpul tău, iar eu 2 ore din al meu."

❑ ***"Care este diferenţa dintre recrutare şi sponsorizare?"***

Răspuns: Diferenţa constă în experienţa prospectantului în afacerile MLM.

- *Recrutarea* presupune înregistrarea în structura ta a unei persoane care are deja experienţă în Multi-Level Marketing.
- *Sponsorizarea* presupune înregistrarea unei persoane noi, fără experienţă în domeniu, căreia îi promiţi că o vei instrui cum să activeze în MLM.

Două noţiuni diferite şi două activităţi diferite, care se derulează independent una de alta. Prin recrutare poţi construi repede o structură, dar numai prin sponsorizare o vei construi solid.

➡ Unii autori folosesc cuvântul "recrutare" în sensul prospectării şi selectării oamenilor, indiferent de experienţa lor în MLM, în timp ce cuvântul "sponsorizare" este folosit pentru activitatea de instruire şi ajutor pentru promovare într-o carieră MLM. Ei consideră că aceste activităţi se derulează astfel: prima dată se face *recrutarea* noului distribuitor, apoi *sponsorizarea* acestuia.

➡ **Idee de concurs:** Distribuitorii tăi pot lua parte la un concurs de sponsorizare a unui prospectant care nu a fost implicat niciodată în MLM. Verificarea lor se face printr-un chestionar cu întrebări de bază despre MLM. Pentru fiecare treaptă nouă, pe care o atinge această prospectantul, instructorul va primi un premiu sau o recompensă.

❑ ***"Sponsorul meu nu mă ajută. Ce să fac?"***

Răspuns: Adresează-te următorului sponsor pe linia ta ascendentă de sponsorizare.

In cazul în care sponsorul tău rămâne inactiv, el se va retrage la un moment dat din structură şi vei fi direct subordonat următorului sponsor activ. În principiu, sponsorii activi au obligaţia de a-şi ajuta distribuitorii din structură.

❑ ***"Cât de importantă este stimularea entuziasmului?"***

Răspuns: Este echivalentă cu alimentarea cu combustibil a unui vehicul. Fără entuziasm nu există energie de lucru.

De fiecare dată când ai reuşit să faci ceva, ca să ridici nivelul atitudinii distribuitorilor tăi şi să le trezeşti din nou entuziasmul, înseamnă că ai creat energie stimulativă.

➡ Vezi prezentarea sintetică #8, despre cum te poţi molipsi de un entuziasm "înflăcărat".

❑ ***"Cunosc 5 persoane într-un oraş aflat la 2 ore distanţă. Să-i sponsorizez direct pe toţi cinci sau să sponsorizez doar unul şi să-i pun pe ceilalţi sub acesta?"***

Răspuns: Nu aş recomanda sponsorizarea directă a celor 5.

Înainte de a sponsoriza oameni din altă localitate ("la distanţă"), trebuie să te informezi de relaţiile dintre cei 5 şi de perso-nalitatea fiecăruia. Trebuie stabilit un beneficiu mutual şi modalitatea de sprijin reciproc, întrucât nu te afli tot timpul împreună cu ei.

➡ Eu l-aş sponsoriza prima dată pe cel mai bun, apoi aş organiza câteva întâlniri "înflăcărate" în care i-aş prezenta pe ceilalţi patru proaspătului meu distribuitor. Dacă se înţeleg, e perfect! Ei vor fi sponsorizaţi în structura noului distribuitor şi acesta se va ocupa de instruirea lor. Dacă nu se înţeleg, trebuie să duc până la capăt această muncă, aşa că îi voi sponsoriza direct.

❑ ***"Compania îmi interzice să lucrez în paralel un alt program."***

Contra-argument: E interesant de ştiut că unele companii au această atitudine. Ele sunt încântate dacă se recrutează distribuitori de la alte companii, dar fac un mare scandal dacă li se întâmplă acelaşi lucru.

➡ Acestea sunt companiile care, pe de o parte spun: *"Vino cu noi şi câştigă-ţi libertatea!"*, iar pe de altă parte, în

momentul în care dorești să te mai alături unei companii MLM, ele îți IMPUN interdicția de a lucra în paralel 2 programe. Această obiecție este generată de o atitudine izolaționistă, pentru a nu-și pierde colaboratorii.

❑ ***"Sunt mulțumit cu firma la care lucrez. De ce să mă alătur alteia?"***

Răspuns: Dacă ai nevoie de alte produse, în afară de cele furnizate de compania la care lucrezi, caută alte companii MLM, ca să cumperi en-gros.

Noi credem în prosperitatea industriei MLM. Dacă dorim să cumpărăm ceva pentru familia noastră, preferăm să ne alăturăm unei alte companii MLM ca să cumpărăm en-gros, decât să cumpărăm cu amănuntul din comerțul clasic.

➡ În MLM poți semna o mulțime de contracte de colaborare cu diverse companii, ca să cumperi produse en-gros, dar trebuie să știi că puțini distribuitori își pot construi structuri de succes la mai multe companii deodată.

➡ Există tendința de a utiliza produsele cumpărate dintr-un sistem MLM, în care persoana respectivă este doar client, pentru dezvoltarea afacerii sale în programul MLM pe care îl dezvoltă. De exemplu: servicii Internet sau de telefonie mobilă oferite de o companie MLM la care ești client, pentru comunicarea cu distribuitorii tăi de la compania MLM în care ești sponsor.

❑ ***"Sunt plictisit de MLM. Compania pentru care lucrez tocmai a dat faliment."***

Contra-argument: Impresie falsă. Este ca și cum ai afirma că în fiecare restaurant din oraș mâncarea este rea, după ce ai servit masa într-un local, unde mâncarea nu a fost bună.

Nu poți eșua în MLM. Poți părăsi compania, dar nu și sistemul. Dacă firma pentru care lucrezi nu merge bine, găsește alta. Nu renunța niciodată la un astfel de câștig.

Închipuie-ți cum ar arăta următoarele două epitafuri pe piatra ta funerară (pune-ți numele în locul punctelor), dacă ai renunța la MLM:

A) "Aici zace ...., o persoană care a încercat odată în viață, apoi a renunțat la visul de a avea succes!"

B) "Aici zace ...., o persoană care nu a avut niciodată succes, dar care n-a încetat să caute mereu alte căi de reușită!"

❑ ***"Când trebuie să-mi părăsesc serviciul?"***

Răspuns: Când câștigi în MLM de două ori mai mult ca în serviciu.

Cunosc mulți distribuitori care sunt nerăbdători să se implice total în MLM, cât mai repede.

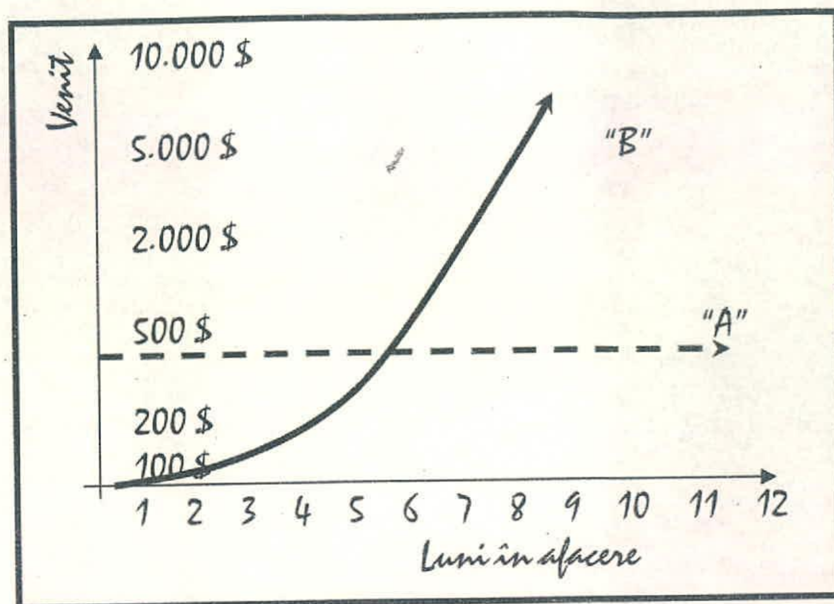
Este o mare greșeală, deoarece ei se stresează în dorința de a face CÂT MAI REPEDE bani. Este greu să construiești o fundație, când trebuie să-ți plătești chiria la sfârșitul săptămânii.

Nu trebuie să-ți părăsești serviciul până când nu ți-ai făcut o rezervă de bani și nu ai obținut în MLM un venit de 2 ori mai mare decât salariul.

➡ Nu uita că bonificațiile în MLM se plătesc în majoritatea programelor o dată pe lună, în timp ce mulți oameni sunt obișnuiți să fie plătiți săptămânal sau de două ori pe lună.

❑ ***"Cum ai putea reprezenta grafic diferența dintre a vinde mult (sponsorizând pe orizontală un grup 'A') și a lucra descendent în structură cu 5 oameni serioși (grupul 'B')?"***

Răspuns: Graficul de mai jos ilustrează avantajul lucrului descendent în structură, după 6 luni de muncă.



Un distribuitor care vinde mult şi sponsorizează pe orizontală în structură se va găsi pe linia "A" din grafic. Căştigul lui va fi de la început constant, dar modest.

Un distribuitor care munceşte cu câţiva distribuitori serioşi, se va găsi pe linia "B" din grafic. Câştigul lui va creşte exponenţial, în special după primele 6 luni de activitate.

➧ **Recomandare:** Întreabă-l pe noul tău distribuitor, pe care linie ar dori să se afle. Dacă va răspunde *"pe linia B"*, trebuie să-l mai întrebi aşa: *"Înţelegi că, fiind pe linia B, doar după câteva luni de activitate vei câştiga bani mulţi?"* ... În acest fel, vei încerca să-i "programezi" mintea pentru următoarele 6 luni.

❑ ***Ce fel de investiţii trebuie să fac, pentru ca afacerea mea MLM să se dezvolte mai rapid?***

Răspuns: Cu cât investeşti mai mult în membrii structurii tale, cu atât îţi va creşte mai mult afacerea.

Nu uita că MLM este o afacere pentru omul de rând. Dacă investeşti în succesul partenerilor de afaceri, aceştia te vor face la rândul lor plin de succes. Instruieşte-ţi echipa şi dă-le instrumentele de lucru care să-i ajute să facă noi sponsorizări şi să-şi instruiască şi ei structurile proprii.

➧ Recompensează-ţi distribuitorii pentru efortul depus. Nu acapara "cu lăcomie" tot succesul din structură.

❑ ***Care este cea mai potrivită persoană pentru a fi distribuitor?***

Răspuns: Nu există reguli prestabilite!

În principiu, nu trebuie să ai idei preconcepute despre cineva, înainte de a-i oferi o şansă. O persoană respinsă nejustificat ar putea fi de fapt o învingătoare! Oricum, ai şansa de a alege persoanele cu care vrei să lucrezi, spre deosebire de serviciu, unde poţi avea colegi de muncă nedoriţi.

➧ Câteva idei pentru orientarea ta în selectarea oamenilor:

- Caută să implici în afacere oameni optimişti, energici, dornici să încerce lucruri noi şi să înveţe.
- Afacerea este deschisă tuturor, dar nu toată lumea poate să facă faţă cerinţelor sistemului MLM. De exemplu, cei angajaţi deja în comerţul clasic sunt de cele mai multe ori prea influenţaţi de metodele lor de lucru.
- Caută oameni cărora le place să iasă în lume şi să contacteze alte persoane. Profesorii şi casnicele sunt foarte potriviţi pentru afacerile MLM.
- Nu uita alte categorii de oameni: pensionarii, minorităţile naţionale, handicapaţii locomotori, etc.

❑ ***Cum reacţionează în general oamenii după prima prezentare de oportunitate?***

Răspuns: Diferit! Ceea ce rezultă este o selectare naturală.

În procesul sponsorizării, se întâlnesc în general următoarele 3 situații, cu urmări pozitive pentru afacere:

1. Unora le place ceea ce aud, s-ar înscrie în afacere și ar începe imediat construirea structurii MLM (***viitori parteneri***).
2. Altora nu le convine ideea să devină distribuitori, dar le plac produsele și doresc să le cumpere (***viitori clienți***).
3. Există câțiva oameni care nu vor să audă nici de produse, nici de afacere (ei repezintă totuși ***o sursă de relații***).

❑ ***Dacă fac o prezentare unei familii, trebuie să aștept până au timp amândoi soții?***

Răspuns: Nu! Acest lucru nu trebuie să se întâmple.

Se știe că astăzi oamenii sunt extrem de ocupați. În cele mai multe cazuri, ambii soți au un loc de muncă. Din acest motiv, prezentarea se poate amâna la nesfârșit, dacă soții nu au timp deodată să asiste.

➧ Cea mai eficientă sponsorizare, din punct de vedere al timpului consumat (nu uita că "timpul costă bani") se face astfel:

- se prezintă afacerea unui singur membru al familiei,
- se pune la dispoziția familiei o documentație de informare și instruire preliminară, cum este "pachetul de start",
- se așteaptă câteva zile, până când membrii familiei consultă, împreună sau separat, materialul dat,
- dacă familia este interesată de oportunitatea afacerii, va reveni pentru înscrierea în afacere.

❑ ***Care este diferența dintre Multi-Level Marketing și Network Marketing?***

Răspuns: În esență, niciuna!

MLM sau **Multi-Level Marketing** este termenul clasic utilizat pentru definirea comerțului în rețea, sau pe mai multe nivele ierarhice.

Network Marketing este termenul mai nou utilizat pentru definirea aceluiași comerț în rețea, tradus în limba română prin **marketing în rețea**.

SCRIE ÎNTREBĂRILE TALE

....

....

....

....

....

....

CAPITOLUL XVI

DE CE TREBUIE SĂ FIE 90% DIN POPULAŢIE IMPLICATĂ ÎN NETWORK MARKETING

Ultimul capitol este o pledoarie pentru industria MLM (Network Marketing) şi porneşte de la convingerea mea că 90% din populaţie ar trebui să fie implicată în această industrie. Dacă vei înţelege următoarea prezentare, vei fi de acord cu afirmaţia mea.

În cele mai multe ţări, regula jocului vieţii spune că trebuie să lucrezi până la pensionare şi să acumulezi un fond de pensii suficient de mare ca să poţi trăi confortabil la bătrâneţe până la moarte.

În realitate, o viaţă bazată numai pe asigurările sociale nu poate fi considerată deloc confortabilă la pensionare. Motivele se pot vedea din ce în ce mai mult în viaţa de zi cu zi, în frământările politice şi economice pe tot globul şi în dimensiunea ridicolă a majorităţii pensiilor.

Ce înseamnă un stil de viaţă mai bun decât al milionarilor în dolari?

După cum cunosc foarte bine, o astfel de viaţă înseamnă să trăieşti în casa care ţi-o doreşti (fără să ai de plătit rate la casă), să conduci maşina pe care ai visat-o (fără să plăteşti rate sau leasing), să-ţi fie realimentat permanent cardul de credit, să ai toate facturile plătite la zi, într-un cuvânt să ai un venit de 10.000 $ în fiecare lună, indiferent dacă te dai jos din pat sau nu!

Pentru majoritatea populaţiei, un venit lunar de 10.000 $ ar însemna să aibă 2.400.000 $ depuşi la bancă, cu o dobândă de 5%. (Douămilioanepatrusutemiidolari!!!)

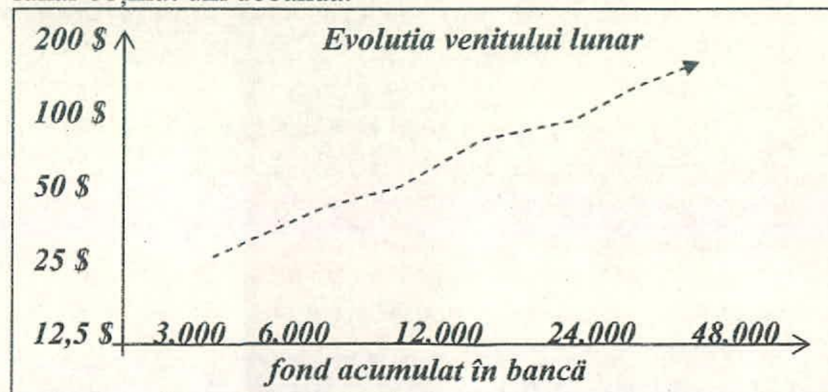
Tabelul din **Anexa 1** demonstrează câţi bani trebuie depuşi pentru a avea un anumit venit lunar, la diferite cote de dobânzi. Alege venitul pe care ai vrea să-l ai în fiecare lună şi vei vedea ce sumă ar trebui să depui într-un depozit bancar, deci cât ar trebui să economiseşti sau să aduni pentru a avea un astfel de venit. Să nu uităm că înainte de a acumula un fond de bani, TREBUIE SĂ FACI ACEŞTI BANI, în acelaşi timp cu plata impozitelor, a ratelor şi a cheltuielilor zilnice pentru trai.

Dacă ai calcula cu adevărat din cât câştigi acum, cât ai putea economisi?

Pentru a avea un venit de 10.000 $ pe lună, trebuie să ai 2.400.000 $ depuşi cu 5% la bancă. Dacă împărţim totul la jumătate, avem 5.000 $ pe lună, pentru o depunere de 1.200.000 $ depuşi cu 5% dobândă.

Câţi oameni cunoşti, care ar putea economisi din salariu 1.200.000 $ sau 2.400.000 $ de-a lungul vieţii, până la pensionare?

În MLM, o persoană poate să-şi construiască un venit de 5.000 $ până la 10.000 $ într-o perioadă de la 2 la 5 ani. Acest venit este similar cu venitul obţinut prin dobânda de 5% la 1.200.000 $, respectiv 2.400.000 $. În graficul de mai jos se poate observa relaţia dintre fondul depus la bancă şi câştigul lunar obţinut din dobândă:



Valorile de mai sus îţi arată unde poţi ajunge în 2 - 5 ani cu ajutorul unui venit rezidual din MLM. Dacă luăm primele trei luni dintr-un an, poţi câştiga 200 $ în fiecare lună dacă ai un fond de 48.000 $, cu o dobândă de 5%. (De fapt, câştigi mai puţin, datorită algoritmului bancar de calcul.)

Câţi oameni cunoşti, care ar putea economisi 48.000 $ în timp de 3 luni?

În MLM aproape oricine poate să-şi construiască o afacere, bazată pe sistemul nostru, care să-i aducă 200 $ pe lună.

Câţi oameni cunoşti, care ar putea economisi de la 3.000 $ până la 6.000$ pe lună ca să ajungă la un fond de 48.000$?

Majoritatea oamenilor ar spune că nimeni nu ar putea economisi atât de mulţi bani dintr-un salariu obişnuit.

Câţi oameni cunoşti, care ar putea sponsoriza un prieten în fiecare lună?

Nu uita că asta ar înseamna ca omul respectiv să facă de fiecare dată câte o **PREZENTARE DE 45 SECUNDE**, după care prietenul său trebuie să citească primele 4 prezentări sintetice din această carte. Apoi urmează întâlnirea cu sponsorul, care ar putea fi prima dată şi prin telefon sau Internet.

Nu-i aşa că fiecare poate sponsoriza un om în fiecare lună şi că acel om poate fi învăţat să facă la fel?

Să calculăm câţi oameni ar putea fi în structura ta într-un an, dacă sponsorizezi doar un om în fiecare lună şi îi înveţi pe oamenii tăi să facă la fel. Pornind de la 2 persoane în structură ta, în prima lună (*tu şi primul om sponsorizat*), se ajunge la o structură MLM de **4.096 distribuitori**.

Luni	*Nr. persoane*
1	*2*
2	*4*
3	*8*
4	*16*
5	*32*
6	*64*
7	*128*
8	*256*
9	*512*
10	*1024*
11	*2048*
12	*4096*

În consecinţă, ŞI volumul vânzărilor realizate de 4.096 distribuitori devine impresionant.

Chiar dacă ai sponsoriza câte o singură persoană odată pe an şi i-ai învăţa pe oamenii tăi să facă la fel, ai ajunge la o independenţă financiară după 12 ani. *Câţi oameni nu ar dori să se retragă din activitate după 12 ani de muncă?*

Dar un om sponsorizat în fiecare lună îţi aduce libertatea financiră într-un singur an!

În MLM / Network Marketing nu se lucrează ca în vânzările clasice, unde un vânzător merge la muncă pentru a face planul de vânzări stabilit de directorul său comercial.

În MLM / Netwrok Marketing se procedează exact invers ca în vânzările clasice. Volumul vânzărilor îl poţi stabili personal, în funcţie de cât vrei să câştigi. Când sponsorizezi pe cineva, te duci să ajuţi persoana respectivă, pentru a o învăţa cum să lucreze ca distribuitor MLM.

Pe deasupra, tu alegi peresoana pe care vrei să o ajuţi!

ÎN CONCLUZIE

➡ **Pentru a avea succes în MLM / Network Marketing trebuie să faci două lucruri:**

1. **Fă-ţi prieteni (dacă nu ai niciunul);**
2. **Întâlneşte-te cu prietenii lor.**

CALCULEAZĂ-ŢI VENITUL DORIT

....

....

ANEXA 1

CUM NE ASIGURĂM PENSIA

Ştii câţi bani ar trebui să ai într-un depozit bancar pentru a primi pensia pe care o visezi?

De câţi bani ai nevoie ca să simţi că eşti stăpân pe viaţa ta, adică să faci ceea ce vrei, fără grija cheltuielilor?

- *Tabelul utmător* arată cât ar trebui să fie fondul bancar, la diferite cote de dobânzi, pentru ca să încasezi lunar suma indicată în capul fiecărei coloane.
- Caută suma care ai vrea să o primeşti, apoi dobânda care ţi-o oferă banca şi află ce sumă trebuie să economiseşti pentru a avea acel venit în fiecare lună, în tabelul dat.

Sistemul nostru de construire a unei afaceri prospere în industria MLM/Network Marketing poate fi învăţat de fiecare persoană care doreşte să aibă o pensie asigurată. Trebuie doar să mergi din nou la „şcoală" câteva ore pe săptămână, ca să înveţi cum se lucrează în MLM, apoi să te implici în munca de sponsorizare şi să-ţi planifici viitorul prin obţinerea unui **venit rezidual** confortabil.

Suntem convinşi că, dacă vei învăţa sistemul nostru, vei obţine independenţa financiară deja în 1-3 ani, cu un venit de peste 50.000 $ pe an. Câţi dintre absolvenţii facultăţilor reuşesc să devină independenţi financiar după doar 3 ani? Cei mai mulţi trebuie să lucreze câţiva ani buni pentru ca să-şi achite mai întâi datoriile faţă de bănci pentru creditele taxelor şcolare, înainte de a se gândi la posibilitatea unor economii.

Personal, nu cunosc nici o altă activitate, în afara afacerilor MLM de acasă, care să ofere această oportunitate de a deveni stăpân pe propria viaţă în doar câţiva ani.

Dacă doreşti să fii cu adevărat independent financiar, contactează persoana care ţi-a dat această carte.

200	$ pe lună	400	$ pe lună	800	$ pe lună
Dobânda	*Fond bancar $*	*Dobânda*	*Fond bancar $*	*Dobânda*	*Fond bancar $*
2%	120.000	2%	240.000	2%	480.000
3%	80.000	3%	160.000	3%	320.000
4%	60.000	4%	120.000	4%	240.000
5%	48.000	5%	96.000	5%	192.000
6%	40.000	6%	80.000	6%	160.000
7%	34.286	7%	68.571	7%	137.143
8%	30.000	8%	60.000	8%	120.000
9%	26.667	9%	53.333	9%	106.667
10%	24.000	10%	48.000	10%	96.000

1.000	$ pe lună	5.000	$ pe lună	10.000	$ pe lună
Dobânda	*Fond bancar $*	*Dobânda*	*Fond bancar $*	*Dobânda*	*Fond bancar $*
2%	600.000	2%	3.000.000	2%	6.000.000
3%	400.000	3%	2.000.000	3%	4.000.000
4%	300.000	4%	1.500.000	4%	3.000.000
5%	240.000	5%	1.200.000	5%	2.400.000
6%	200.000	6%	1.000.000	6%	2.000.000
7%	171.429	7%	857.143	7%	1.714.286
8%	150.000	8%	750.000	8%	1.500.000
9%	133.333	9%	666.667	9%	1.333.333
10%	120.000	10%	600.000	10%	1.200.000

Calculează-ţi pensia din MLM!

ANEXA 2

INSTRUMENTE DE LUCRU ÎN MLM

SIGLA MLM

O metodă sugestivă de utilizare a siglei MLM, ca **instrument de sponsorizare**, este explicarea seminificației culorilor din componența siglei "semafor" MLM, pe care o poți vedea pe ultima copertă a cărții.

Cea mai obișnuită întrebare a oamenilor care observă această siglă, purtată deseori ca un ecuson de distribuitori la întâlniri, este următoarea:



"Ce înseamnă MLM din sigla care are culorile de la un semafor de circulație?"

Probabil ești tentat să răspunzi așa cum ai învățat din carte, adică: "MLM provine de la Multi-Level Marketing și este o metodă de mișcare a produselor, care NU trebuie să fie confundată cu vânzarea directă."

Eu îți sugerez un răspuns mai semnificativ, folosind un joc de cuvinte, și anume:

*"**M**ărește-ți **L**ibertatea de a **M**unci. OPREȘTE-TE și PRIVEȘTE cu atenție la **MULTI-LEVEL MARKETING**.*

*Oprește la **culoarea roșie,** privește la **culoarea galbenă** și pornește când apare **culoarea verde!***

*Culoarea verde înseamnă **START** și se poate interpreta astfel: după ce ai analizat conceptul MLM și ai început să înțelegi uriașul său potențial, datorită diversității vehiculelor disponibile, poți **SĂ PORNEȘTI** construirea propriei structuri MLM, ca să CÂȘTIGI BANI. De fapt, culoarea verde, din cele două litere M, este specifică dolarului american."*

Apoi, ținând cont de modul de abordare a discuției generale despre MLM (vezi capitolul VII), fixează o întâlnire cu persoana interesată, pentru a-i explica toată afacerea și programul în care ești implicat.

TIMPUL OPTIM

Regula de bază în alegerea celui mai potrivit moment pentru a explica unei persoane toată afacerea este următoarea:

> ***NU încerca să explici planul de marketing la un colț de stradă sau când persoana interesată este ocupată cu altceva.***

Dacă cineva mă întreabă, *"Când explici noilor tăi prospectanți cele 10 prezentări sintetice?"*, îi răspund așa: *"Nu explic nimic"*. Eu îi dau această carte și o casetă audio și fixez o întâlnire în următoarele 2-3 zile pentru A DISCUTA materialul respectiv.

Odată ce o persoană a citit această carte și a ascultat și caseta audio **"10 Napkin Presentations"**, înseamnă că a devenit interesată de conținut și probabil a luat o decizie favorabilă. Ea poate fi imediat sponsorizată și ajutată să demareze la rândul ei afacerea MLM.

CARTEA ȘI CASETA

Despre carte am vorbit până acum și nu mai insist asupra utilității ei în munca de sponsorizare.

Caseta audio cuprinde cele **10 prezentări sintetice**[12], deci **bazele** conceptului **MLM.** Utilitatea ei va fi foarte mult apreciată de sponsori, deoarece unele persoane rețin informațiile mai bine prin audierea unei expuneri, decât prin citire. În plus, caseta poate fi ascultată și în mașină, pe drum, într-o călătorie.

[12] *Disponibilă din 2005 la Editura Digital Data Cluj*

Deci, citirea cărții *"Prezentarea de 45 secunde"* și audierea casetei *"10 Napkin Presentations"* oferă ocazia prospectantului să parcurgă de două ori materialul meu despre MLM. Dacă persoana interesată are atât memorie vizuală, cât și auditivă, poți fi sigur că a înțeles despre ce este vorba și s-a convins că Multi-Level Marketing este o șansă care îi permite să aibă succes.

Dacă le dai oamenilor numai cartea, nu este sigur că o va citi de două ori. La fel se întâmplă dacă le dai numai caseta; nu înseamnă că o va asculta de două ori.

Recomandare: *Pentru a lucra eficient, cumpără 10 seturi de cărți (**"Prezenatrea de 45 secunde"**) și casete cu prezentările sintetice (**"10 Napkin Presentations"**) și aprovizionează-ți linia descendentă din structură. Cu cât instrumentezi mai repede afacerea cu aceste materiale, cu atât mai repede îți va crește structura MLM.*

CUM SE INSTRUMENTEAZĂ AFACEREA MLM

Orice afacere se dezvoltă cu ajutorul unor instrumente specifice. În MLM, ele se împart în următoarele grupe:

- **vehiculul** (firma, produsele, planul de marketing, inclusiv planul de recompensare sau atribuire a comisioanelor)
- **combustibilul** (cărți, casete audio și video, sigle, instructori, sponsori, parteneri de afaceri, concurenți, seminarii, etc.)
- **manualul de conducere** (principiile MLM)

Aceste instrumente se mai numesc mijloace de instruire MLM și sunt puse la dispoziția distribuitorilor de către companiile MLM, *firmele specializate în instruire*[13], sponsori și instructori.

[13] *MLM International Romania - www.mlm.ro - mlmir@rdslink.ro*

Avantajele obținute prin instrumentarea corectă a afacerilor MLM sunt următoarele:

Primul avantaj este economisirea timpului.

Al doilea avantaj este calitatea ridicată a instruirii.

Al treilea avantaj este preselectarea prospectanților.

FILOZOFIA DE BAZĂ ÎN MLM

Ca o sinteză la cele spuse în această carte, îți voi destăinui o concluzie la care am ajuns după atâția ani de activitate în MLM, sponsorizând și instruind mii de oameni.

Chiar dacă ai cel mai fantastic vehicul din industria MLM, atâta timp cât distribuitorii și colaboratorii tăi nu știu să conducă acest vehicul, ei vor rămâne pe loc.

Când îți instruiești oamenii cum să expună cele 10 prezentări sintetice, îi înveți de fapt *"cum să conducă un vehicul"*. Dacă aduci o persoană nouă în vehiculul tău, fără a o învăța să conducă, este pierdere de timp pentru toată lumea.

Această carte, "Prezentarea de 45 secunde", reprezintă cel mai important instrument de sponsorizare pe care-l poți folosi în MLM.

Ea poate fi privită ca un adevărat ghid practic sau manual de lucru pentru noii tăi distribuitori, așa cum au fost folosite cele 10 prezentări sintetice (**"10 Napkin Presentations"**) de peste **3,5 milioane de oameni** de pe întreg cuprinsul globului.

Succes în MLM!

Don Failla

ANEXA 3

STARTUL ÎN MLM... ŞI ÎN LIFESTYLE

Cum se construieşte o afacere MLM plină de succes ... simplu şi rapid!

Iată un algoritm de lucru din 5 paşi pentru SPONSORIZAREA unei persoane:

❑ ***1. Vorbeşte cu un prieten despre posibilitatea de a fi stăpânul propriei sale vieţi. (2 min.)***
- Aplică PREZENTAREA DE 45 SECUNDE
- Dă-i o broşură de prospectare
- Dă-i caseta audio "Stăpâneşte-ţi viaţa!"

❑ ***2. Ajută-l să înţeleagă ce înseamnă MLM. (1 min.)***
- Dă-i cartea "Prezentarea de 45 secunde"
- Dă-i caseta audio "10 Napkin Presentations"

❑ ***3. Aşteaptă să se decidă. (2 min.)***
- Întreabă-l aşa: *"Vrei să mergi la şcoală 5 până la 10 ore pe săptămână timp de 6 luni, ca să înveţi cum să-ţi stăpâneşti viaţa?"* (30 sec.)
- Dacă răspunde "DA", sari la pasul 4.
- Dacă răspunde "NU", oferă-i produsele şi serviciile tale şi vei câştiga un client-prieten, plus o bonificaţie de la firmă.

❑ ***4. Invită-l în vehiculul tău. (15 min.)***
- Prezintă-i afacerea, produsele, planul de marketing
- Pune-l **să semneze** contractul de colaborare sau formularul de aderare la afacere.

❑ ***5. Instruieşte-l să repete cei 5 paşi cu prietenii săi.***

Cu un astfel de START ÎN MLM poţi ajunge instructor LIFESTYLE!

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
Lifestyle Trainers

Asociaţia **IALT**, fondată şi condusă de **Nancy Failla** (autoarea cărţilor ***„O cale mai bună pentru o viaţă mai frumoasă"*** şi ***„Cum să fii o femeie întreprinzătoare plină de succes"***), se adresează elitei din industria Multi-Level Marketing, având porţile deschise tuturor celor care au ajuns într-adevăr stăpâni pe viaţa lor.

Filozofia promovată de asociaţie provine din conceptul de bază al stilului de viaţă MLM: **"Living & Working from Home"** (Să trăieşti şi să munceşti acasă !).

ESTE OARE POSIBIL AŞA CEVA?

Din informaţiile furnizate de *Newsweek Magazine* din SUA:

La fiecare 11 secunde, în SUA, ia naştere o nouă afacere care se derulează de acasă. Pe la sfârşitul anului 2005, peste 50% din familiile americane vor fi implicate într-o formă sau alta de afaceri conduse de acasă. Peste 100 milioane de cetăţeni din SUA vor avea o sursă suplimentară de câştig.

CE AŞTEAPTĂ UN SALARIAT DE LA VIAŢĂ?
- O altă zi în care să fie trezit dimineaţa de alarma ceasului?
- O altă zi de îngrijit copiii acasă?
- O altă zi de mers la serviciu şi de muncit pentru altcineva?
- O altă zi fără familie şi un alt an fără concediu?
- O altă noapte albă cu frica de un viitor nesigur?

CE POATE SĂ FACĂ UN LIDER MLM?
- Să se trezească dimineaţa cu o altă perspectivă asupra vieţii!
- Să fie prezent la educaţia copiilor săi!
- Să lucreze numai pentru el însuşi!
- Să aibă timp pentru familie, timp şi bani pentru concedii!
- Să-şi facă planuri reale pentru un viitor sigur!

SEMINAR MLM CU DON & NANCY FAILLA

Cum i-am cunoscut pe Don şi Nancy



Era prin 1994, când am văzut pentru prima dată cartea ***"Bazele MLM"*** a lui Don Failla, versiunea publicată în limba germană ***"Das Strukturvertrieb"***. Eram la o prezentare de oportunitate a unei firme care distribuia telefoane mobile ("handy"). Am ajuns la prezentare în urma unui anunţ în *"Aschaffenburgische Zeitung"*, în care se vorbea despre o oportunitate modernă de a câştiga încă un salariu în timpul liber. Sala era înţesată de curioşi şi în faţă trona o masă plină de celulare, cărţi, mape, etc. Mi-am găsit un loc în rândurile din spate, necunoscând pe nimeni din cei prezenţi, şi am asistat o oră şi ceva la prezentare.

După prezentare, foarte interesantă de altfel, s-au format grupuri de oameni în jurul câte unei persoane care părea să ştie mai multe despre afacere. M-am apropiat şi eu de un grup, în care un bărbat vorbea entuziasmat şi părea să fie extrem de fascinat de toată afacerea. Avea şi motive, după cum am aflta mai târziu, deoarece era într-adevăr unul din liderii acelei companii.

Am pus şi eu câteva întrebări tehnice, iar la sfârşit, după ce lumea a început să se îndrepte către ieşire, domnul respectiv a venit la mine şi mi-a dat o carte, spunând, *"Vă rog citiţi această carte şi, indiferent ce decizie veţi lua, vă rog să mă sunaţi"*.

Am luat cartea (era ***"Bazele MLM"***) şi pe ultima pagină am văzut numele, adresa şi telefonul său. Am întrebat cât costă şi mi-a spus că în mod normal se vinde cu 20 de mărci (germane), dar el îmi împrumută cartea şi nu trebuie să i-o plătesc acum.

Acasă am citit-o în seara respectivă, fiind surprins de noutăţile aflate şi devenind convins că afacerea MLM cu telefoane mobile era o afacere foarte bună. Cunoşteam sistemul MLM dintr-o afacere cu asigurări de viaţă, unde am lucrat câtva timp ca reprezentant (distribuitor MLM) al firmei *Hamburg-Mannheimer Versicherung* în perioada când studiam pentru doctorat la *Universitatea din Trier* cu 6 ani înainte. Nu-mi închipuiam că sistemele MLM aveau să se extindă atât de mult şi cu o gamă de produse tehnice.

A doua zi l-am sunat pe viitorul meu sponsor şi ne-am întâlnit după masă la locuinţa lui. Acolo, am aflat despre bibliografia MLM care începea să apară pe piaţă, văzând diverse cărţi în limba engleză pe care sponsorul le studia. Mi-a explicat încă odată afacerea, planul de marketing, am discutat de prospectele produselor şi mai cu seamă de modul în care pot să câştig bani recomandând afacerea prietenilor mei. Totul a decurs ca la carte. De fapt, acest lider lucra întocmai cum se spunea în cărţile MLM, fiind un foarte bun şi amabil interlocutor.

După intrarea mea în afacere, mi-am cumpărat pachetul de start, respectiv mapa de lucru a firmei *Communication 2000*, în care era această carte inclusă, planul de marketing, un set de prospecte, un set de cărţi poştale şi cam 100 de cărţi de vizită. Era şi o agendă de lucru, cu nişte foi volante ataşate pe care scria "lista de nume". Pachetul a costat 100 de mărci, dar aveam să-mi scot investiţia în trei săptămâni de lucru în MLM, ceea ce era foarte promiţător pentru început.

Peste ani am observat că afacerile MLM se pretau excelent la acest gen de produse şi servicii, respectiv din telecomunicaţii. În prezent, există în lume multe companii care îşi distribuie produsele nuami prin MLM, înglobând afacerea şi pe Internet.

Bazele MLM - un abecedar pentru toţi distribuitorii MLM

Fiind interesat de afacerile MLM, m-am decis să cercetez îndeaproape sistemele MLM, căutând contacte, seminarii, prezentări, cărţi, casete, etc. Cartea pe care o aveam deja, scrisă de un american cu nume de rezonanţă latină, **Don Failla**, m-a condus spre această lume a instruirilor şi seminariilor MLM, având

ocazia să cunosc o serie de personalităţi ale vremii, care vizitau Germania.

Am căutat disperat să-l cunosc personal pe Don Failla, dar nu am reuşit decât să vorbesc cu el la telefon, spunând de la început că vreau să-i public cartea în România. A fost de acord, spunând că România este pentru el o "terra incognita", dar ar fi fericit să se publice în ţara lui Nadia (Comaneci).

În câteva săptămâni am încheiat contractul de copyright cu reprezentantul **MLM International din Londra**, **Andrew H. Harlett** şi în 1995 am lansat ***"Bazele MLM"*** în limba română. Pe Don aveam să-l întâlnesc personal abia peste 10 ani în România, în 2004, când l-am invitat la o serie de seminarii, din partea Asociaţiei de Vânzări Directe din România - **RODSA**.

Sosirea lor pe aeroportul Otopeni din **9 februarie 2004** a fost un prilej de intensă emoţie, întrucât aveam să ne vedem aievea pentru prima dată. L-am întâmpinat cu pâine şi sare, împreună cu soţia mea **Daria** şi cu bunii noştri prieteni **Dora** şi **Gabor Szöcs**, manageri generali la **Forever Living Products Romania**.

În aceşti ultimi 10 ani, intersectându-mă cu multe alte oportunităţi, instructori, autori, lideri, etc. din industria MLM, (vezi cartea mea ***"Interviu cu un lider"***) am aflat că ***"Bazele MLM"*** stă la baza tuturor lucrărilor despre sistemele MLM, în special pentru începătorii în afaceri. În prezent, cartea este tradusă în 23 de limbi şi a fost vândută în aproape 4 milioane de exemplare. Un adevărat best-seller mondial!

Bazele MLM - principii simple şi concise

Noutatea celebrelor prezentări pe şerveţel (*„Napkin presentations"*) a produs în fiecare an un val uriaş de noi distribuitori MLM. Dacă ne întrebăm de ce, trebuie să privim la modul cum au fost scrise aceste principii, la felul lor original de a se înfăţişa pe albul hârtiei, în fine, la conţinutul lor concis, clar şi edificator.

Subtitlul, *"Cum se construieşte o structură Multi-Level Marketing plină de succes"*, este tipic american sau „capitalist", pentru a determina cititorul să afle cum trebuie să facă o anumită afacere. Este un subtitlu din categoria cărţilor *"Cum să faci ..."* (How to do), care

incită şi explică în termeni simpli o anumită activitate. La vremea când a fost scrisă, această carte provenea din seminariile ţinute de Don Failla şi înregistrate pe casetă audio, de aici şi stilul uneori ilustrativ, auditiv, al prezentărilor pe şerveţel.

"Cine citeşte primele 4 capitole, sigur le va citi şi pe celelalte", spune Don Failla. Aşa şi este, deoarece sfârşitul fiecărui capitol atrage după sine începutul celui următor. Nu poţi lăsa din mână cartea până nu o termini. Iată efectul neaşteptat al acestei cărţi de început în MLM!

Prezentările sunt simple şi pot fi schiţate pe hârtie. Fiecare capitol pe o coală sau un şerveţel sau un cartonaş. Ele pot fi apoi expuse, pe rând, celor interesaţi de afacerea MLM. Nimic mai simplu!

De la şerveţele la prezentări în 45 de secunde

Următoarea versiune a cărţii ***„Bazele MLM"***, adăugită şi completată, intitulată ***"Prezentarea de 45 secunde"*** (din 2003), cuprinde esenţa prezentărilor "Napkin" şi aduce ca noutate o tehnică de recrutare rapidă, în concordanţă cu dezvoltarea tehnologică a industriei la nivel mondial.

Don Failla, cu experienţa sa bogată în MLM, a introdus un stil de prezentare, prescurtată, mai întâi prin pachetul FAST TRACK, sau "o cale rapidă", prin care se folosea cartea sa ***"Bazele MLM"*** ca instrument de lucru şi de economisire a timpului pentru orice sponsor. (La sfârşitul cărţii este expusă această tehnică). A fost primul din liderii MLM care s-a gândit să ofere oamenilor o metodă mai simplă de sponsorizare. Prin FAST TRACK contactul de început dintre sponsor şi prospectant se reducea la 5 minute!



În paralel, Nancy Failla, doamna sistemelor MLM din întreaga lume, a dezvoltat conceptul stăpânirii unui nou stil de viaţă. Motto-ul ei, **"OWN YOUR LIFE"** (**„Stăpâneşte-ţi viaţa!"**), a devenit slogan publicitar în MLM sau, mai bine zis, a ajuns să fie interpretat ca un ţel general pentru orice persoană care porneşte la drum într-o afacere MLM. Claritatea expunerilor ei, căldura şi imaginaţia emanată din cuvintele ei, toate acestea au plasat-o

întotdeauna pe Nancy deasupra oricărui prezentator sau instructor MLM. Nancy este o PREZENȚĂ plină de viață și de farmec pe scenă, în familie, în societate, oriunde ar fi.

Și iată cum, din îmbinarea lucrărilor făcute de Don și Nancy, a apărut prezentarea de 45 de secunde, o tehnică modernă de sponsorizare (și de recrutare), o metodă practică de dezvoltare a structurii MLM.

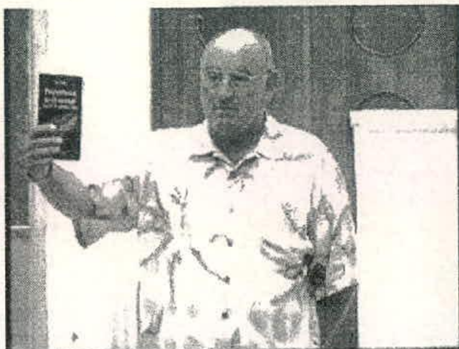
Ce am învățat din seminariile Failla

Seminariile MLM ținute de Don și Nancy au fost o surpriză pentru mine.

Când i-am invitat în România nu știam ce vor să vorbească în fața oamenilor, dar m-am gândit că orice ar vorbi va fi perfect pentru că nu de multe ori ai ocazia să vezi "în carne și oase" astfel de somități din MLM. Am primit cartea ***"The 45 Seconds Presentation"*** pentru tradus și publicat (**"Prezentarea de 45 secunde"**) și am fost surprins să văd că 10 capitole din 13 sunt renumitele *"Napkin's presentations"*. La început nu am înțeles, așa că l-am întrebat *"Unde este prezentarea de 45 secunde?"*. Mi-a spus să citesc mai atent prima pagină, acolo este prezentarea!

Aha! Adică fraza aceea de început este tot secretul noii tehnici? OK! Dacă a zis Don așa, atunci așa trebuie să fie.

La primele seminarii din **februarie 2004 de la Cluj și București,** onorat de peste 1.000 de oameni, am avut ocazia alături de ceilalți să trăiesc pe viu istoria MLM, fascinația roadelor unei familii devotate afacerilor MLM și mai ales tehnica extraordinar de simplă de recrutare inventată de Don Failla.



Rezultatul seminarului s-a văzut în vânzarea tuturor cărților sale, în numărul record de autografe acordate, în simpatia enormă de care s-au bucurat în România și

nu în ultimul rând în influența seminarului asupra activității oamenilor din următoarele luni. Știu că nu toți au aplicat tehnica lui Don, dar cei care au făcut întocmai mi-au relatat că au avut și au în continuare succes!

Al doilea turneu de seminarii din **octombrie 2004 de la Timișoara, Cluj și București,** a fost o revedere cu acei distribuitori care au dorit să-și perfecționeze tehnica de sponsorizare prin metoda Failla. Au fost 3 lecții deschise de recrutare, sponsorizare și instruire în MLM! Din păcate, diverse motive mai mult sau mai puțin obiective au frânat afluxul de distribuitori către aceste seminarii. (Ca în orice afacere pe pământ românesc, au apărut și lideri invidioși pe succesul acestor seminarii și nu au mai recomandat oamenilor să meargă la ele ...)

Al treilea turneu în România, între **10 și 18 octombrie 2005 de la Iași, Brașov și București,** a prilejuit organizarea unor seminarii generale MLM, precum și a unui workshop pentru firma ***Life Care.*** Succesul întâlnirilor s-a materializat prin stimularea participanților și entuziasmul manifestat.

În sfârșit, a patra vizită va avea loc în perioada **9-13 noiembrie 2007,** cu un seminar special MLM la Brașov, sâmbătă 10 noiembrie, organizat tot de RODSA.



Rezumând cele 3 vizite în România, mă gândesc mereu, de fapt, ce am învățat din aceste seminarii? Ce au învățat oamenii din lecțiile lor? Ce au învățat Don și Nancy din vizita în România?

Personal, eu am învățat foarte multe lucruri, legate mai ales de lumea MLM, de viața marilor oameni din MLM, de modul lor de a munci și de a lucra. Am învățat o tehnică nouă și o metodă eficientă de lucru, garantată prin experiența lor. Am învățat să nu cred în

promisiunile unor lideri locali, am învăţat să apreciez mai mult oamenii devotaţi sistemelor MLM şi mai ales prietenii adevăraţi.

Mă întreb ce au învăţat oamenii şi sunt curios să aflu din scrisorile, email-urile sau telefoanele lor, care sunt consecinţele seminariilor asupra afacerilor lor.

Unii mi-au scris, alţii mi-au vorbit, dar ştiu că sunt mulţi care nu îndrăznesc să-şi spună părerea. În orice caz, cei care mi-au spus câte ceva au un nimitor comun: sunt entuziasmaţi de MLM, sunt dornici de a cunoaşte ce se întâmplă în MLM şi sunt foarte mulţumiţi că au avut ocazia să-i cunoască pe **Don şi Nancy Failla**.

Dar cel mai important lucru pe care toată lumea l-a învăţat, a fost că nu trebuie să vinzi în MLM, ci să-ţi construieşti o reţea de consumatori. Liderii care au aplicat sistemul Failla de sponsorizare au ajuns între timp la nişte rezultate excepţionale, materializate prin comisioane de mii de dolari pe lună!

Din ultima discuţie cu Don şi Nancy înainte de plecare, am aflat că lecţia pe care au învăţat-o în România a fost legată de căldura cu care au fost primiţi peste tot unde au umblat. Au fost impresionaţi de Castelul Bran, de monumentele şi ambianţa universitară a Clujului, de şoselele noastre pline de căruţaşi, turme de oi, gâşte şi alte orătănii, de măreţia bizantină a Bucureştiului, de frumuseţea citadină a Timişoarei şi, peste toate acestea, de prietenia oamenilor.

Primirea caldă a moldovenilor la Iaşi, vizitele la renumitele mănăstiri, dintre care Mănăstirea Agapia i-a impresionat cel mai mult, au fost extrem de emoţionante pentru Don şi Nancy.

Nu în ultimul rând, Braşovul cu Biserica Neagră şi celelalte monumente, au constituit repere de istorie transilvană, deosebit de apreciate de musafirii noştri.

Sunt convins că vor veni întotdeauna cu aceeaşi plăcere şi aceeaşi nerăbdare de a cunoaşte oameni noi, cum au venit şi prima dată în februarie 2004.

Dincolo de seminificaţiile seminarului Failla, prin natura sa educativă şi amprenta sa practică, trebuie să remarc puterea lor de muncă, plăcerea de a împărtăşi oamenilor din experienţa lor şi gestul lor filantropic de a renunţa prima dată la onorarii pentru a ne putea acoperi cheltuielile din încasări.

O viaţă pentru o idee

Aşa ar trebui sintetizată istoria familiei Failla. O viaţă dedicată unei idei care s-a dovedit a fi mai mult decât benefică pentru generaţiile acestei familii. Don şi Nancy trăiesc în San Diego, într-un ranch de 3.000 m.p., la un kilometru distanţă de apele Oceanului Pacific şi la câţiva kilometri de o rezervaţie naturală.

Domeniul cuprinde o serie de clădiri, cu garaje, camere de oaspeţi, grădini interioare şi amenajări recreative, dintre care se distinge un mic parc de distracţii pentru nepoţi, cu bazine şi cascade, un teren de golf şi o plantaţie de arbori exotici.

Iar peste toate tronează camera de lucru a lui Don, ca un turn de veghe şi meditaţie asupra destinelor lumii mileniului trei, într-un armonioas stil de viaţă al unei familii dedicate trup şi suflet mediului de afaceri MLM. Aici îi putem găsi pe Don şi Nancy, bucurându-se de ideea lor de bază de a începe cu 37 de ani în urmă o afacere MLM. Aici este oaza lor de odihnă, în zilele când nu sunt plecaţi într-o croazieră sau la un seminar, departe, pe meridianele Pământului.

Ce poate fi mai elocvent şi mai fascinant, decât o viaţă încununată de succes!

Dan Marius Dumitraş,

Cluj, la 10 octombrie 2007

BIBLIOGRAFIE MLM

"Bazele MLM – Cum se construieşte o structură multi-level marketing plină de succes"



Autor: Don Failla
Cea mai cunoscută şi mai răpândită carte despre MLM! Un adevărat abecedar al distribuitorului, o carte de start în afacerile de marketing în reţea, destinată oamenilor din industria MLM. A fost publicată în peste **3,5 milioane exemplare** şi tradusă în **22 de limbi** !
Prima carte despre MLM, apărută în 1981!

"Întrebări şi Răspunsuri despre MLM"



Autori: Don & Nancy Failla
O carte de lucru pentru toţi distribuitorii care doresc să cunoască răspunsul la cele mai comune întrebări despre activitatea din industria MLM.
Structurată pe 3 categorii, cartea răspunde la întrebărilor tuturor distribuitorilor, de la începători la lideri MLM.
Glosarul de termeni de la sfârşitul cărţii oferă cititorilor un lexic nou, armonizat cu limbajul profesional utilizat în MLM.

"Sponsorizarea la mare distanţă"



Autori: Don & Nancy Failla
Autorii descriu câteva metode moderne de lucru pentru recrutarea, sponsorizarea şi instruirea eficace a distribuitorilor aflaţi la mare distanţă. Mijloacele tehnice de comunicaţie permit astăzi organizarea unor sesiuni de instruire prin telefon, poştă, fax şi, în special, prin Internet, ceea ce oferă posibilităţi practice de dezvoltare în MLM.

"Stăpâneşte-ţi viaţa!"(casetă audio şi broşură)



Autor: Dan Marius Dumitraş
Casetă audio de 50 de minute, destinată prospectanţilor care doresc să se informeze cum pot deveni independenţi financiar, abordând o oportunitate de afaceri MLM. Caseta este însotită de o brosură **"Startul într-o afacere MLM"**.

"Bazele MLM - 10 prezentări pe şerveţel"



Autor: Don Failla (Prelucrare în limba română de Dan Marius Dumitraş după „10 Napkin Presentations")
Prezentarea originală a celor 10 lecţii esenţiale din „Bazele MLM". Este destinată prospectanţilor şi distribuitorilor începători, care doresc să aprofundeze metoda de lucru cu prospectanţii.

"O cale mai bună pentru o viaţă mai frumoasă"



Autor: Nancy Failla
Învăţaţi să deveniţi stăpânii propriei vieţi lucrând în MLM ! Această carte abordează câteva din problemele cheie ale vieţii: Se recomandă prospectanţilor şi distribuitorilor începători.

"Cum să fii o femeie întreprinzătoare de succes"



Autor: Nancy Failla
„Timpul afirmării pentru femei este ACUM" spune Nancy, adăugând că există o nouă şansă, puternică, de a câştiga bani făcând o afacere de acasă şi de a-şi schimba pentru totdeauna situaţia financiară personală. Scopul acestei cărţi este de a deschide ochii femeilor de pretutindeni, pentru a vedea marea oportunitate de a-şi controla viitorul, printr-o afacere MLM.

Cărți publicate la Editura Digital Data Cluj

1. *"Bazele MLM - Cum se construiește o structură Multi-Level Marketing plină de succes"* - Don Failla
2. *"Întrebări și Răspunsuri despre MLM"* - Don&Nancy Failla
3. *"Sponsorizarea la mare distanță"* - Don&Nancy Failla
4. *"Prezentarea de 45 secunde"* – Don Failla
5. *"Bazele MLM* – 10 prezentări pe șervețel" - Don Failla
6. *"O cale mai bună pentru o viață mai frumoasă" – Nancy Failla*
7. *"Cum să fii o femeie întreprinzătoare de succes" - Nancy Failla*
8. *"Cea mai mare șansă din istoria lumii"* - John Kalench
9. *"Cum să fii cel mai bun în MLM"* - John Kalench
10. *" Magia sponsorizării"* - Tom Big Al Schreiter
11. *"Cum se creează o structură explozivă"* - Tom Schreiter
12. *"Turbo MLM"* - Tom Schreiter
13. *"Cum să formezi lideri MLM "* - Tom Schreiter
14. *"Super-Prospectarea"* - Tom Schreiter
15. *"De ce treci pe lângă o avere?"* - Tom Schreiter
16. *"Cum să devii bogat fără să câștigi la loto"* - Keith Schreiter
17. *"Network Marketing - rentabilizarea comerțului în rețea"* - Peter Clothie
18. *"Multi-Level Marketing – ghid practic"* – Peter Clothier
19. *"Marea panoramă"* - Edward Ludbrook
20. *"Principiile Network Marketing"* - Edward Ludbrook
21. *"International Networking"* - Edward Ludbrook
22. *"Din nou în Top"* – Vicky Barker
23. *"Drumul succesului în MLM "* - Dan Marius Dumitraș

24. *"Interviu cu un lider"* - Dan Marius Dumitraș
25. *"Marketing în rețea – o afacere pentru fiecare"* - Dan Marius Dumitraș
26. *"Start MLM – construirea unie afaceri de succes în Multi-Level Marketing"* - Dan Marius Dumitraș
27. *"Stăpânește-ți viața!" (casetă audio)* – Dan M. Dumitraș
28. *"Introducere în Managementul Sistemelor MLM"* – H. D. Dumitraș
29. *"Resursele Umane în Network Marketing"* – H. D. Dumitraș
30. *"Cel Mai Mare Specialist în Network Marketing din Lume"* – J.M.Fogg
31. *"Îmbogățește-te încet!"* – John Milton Fogg
32. *"Conversații cu Cel Mai Mare Specialist în Network Marketing"* –J.M. Fogg
33. *"Când vei deveni milionar?"* – Ben Nogradi
34. *„Vânzarea în stil rinocer"* – Ben Nogradi
35. *„Jurnal MLM* – Dece am ales Network Marketing" – Eugenia Dumitreasa

Comenzile se pot trimite direct pe adresa editurii sau online prin Internet la :

www.digitaldata.ro/serv01.htm
Cartea prin poștă
sau
www.mlm.ro/comenzi.htm